



РУССКИЙ ЮВЕЛИР

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ ДЕКАБРЬ/2008 (9)

Платиновая сказка

*Брендинг на алмазном
рынке*

Солнечные камни

ISSN 1810-7311



ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД
ПЛАТИНА

WWW.PLATINA-KOSTROMA.RU

НОВЕЛИРТОРГ

ОСНОВАН В 1936 ГОДУ



*С Новым Годом
и Рождеством!*

ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада»
199397, Россия, Санкт-Петербург, Новосмоленская наб., 1
Офис: тел. (812) 355-5953, факс (812) 355-5939
Торговый отдел: тел. (812) 355-5861, факс (812) 355-5862
E-mail: common@juvrtorg.spb.ru, www.juvelirtorg.spb.ru

обложка



Ювелирный завод «Платина»
157940 Костромская область,
пос. Красное-на-Волге, ул. Островского, д. 26
105082 Москва, ул. Большая почтовая, д. 18
Тел.: (49432) 3-10-10, 3-18-18,
(495) 632-26-83, 632-27-04
Факс (49432) 3-10-12
E-mail: plat@kosnet.ru, platina_sales@kosnet.ru
www.platina-kostroma.ru

32



43



НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

6 Под знаком золотого тельца

79 С днем рождения!

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

8 Ювелирная теддимания

43 Chanel: «Париж — Москва»

46 Любовь с первого взгляда

72 Орденосцы

50 Rosato

НОВОСТИ

10 Дневник декабря

ЮВЕЛИРУ НА ЗАМЕТКУ

12 О, кризис!

22 Брендинг на алмазном рынке

28 Декор ювелирной витрины

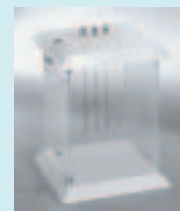
ПАРАДОКС представляет:

KLING



THE
EUROPEAN
DISPLAY
COMPANY

- Демонстрационное оборудование
- Упаковка
- Витринное оборудование



реклама



197046, Санкт-Петербург, М. Посадская ул., 5
Тел. (812) 230 3048, ф. 380 94 90
e-mail: paradox@paradox.spb.ru

109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34
Тел./факс: (495) 781-43-43, 911-61-11, 778-56-87
e-mail: moscow@paradox.spb.ru

www.paradox.spb.ru

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин

1-й заместитель главного редактора

Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru

редактор

Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru

эксперт-геммолог

Михаил Чижов

дизайн и верстка

ООО «РА «Русский Ювелир», Екатерина Калинина

фото

фотостудия ООО «РА «Русский Ювелир»

рисунки

Екатерина Калинина

корректор

Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел

Мария Станецкая — advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Вера Весна — vesna@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор

Виталий Пилюшин

тел.: +7 (901) 510-20-19, +7 (903) 599-59-97

e-mail: info@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ

199034, Санкт-Петербург, В.О., 16 линия, д. 7, оф. 59.

Тел./факс (812) 328-0551/61, 327-7565

www.russianjeweller.ru

e-mail: info@russianjeweller.ru

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Александр Горыня

Валерий Крылов

Михаил Пиотровский

Александр Рыбаков

Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Марина Лопато

Владимир Матвеев

Валентин Скурлов

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

«Центр учета и аудита»

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 9, 2008 год

ТИРАЖ 6000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации № П 1891. Выдано 31 января 2000 года Северо-Западным региональным управлением Государственного комитета Российской Федерации по печати (г. СПб)

ПЕЧАТЬ Типография «НП-Принт», Санкт-Петербург

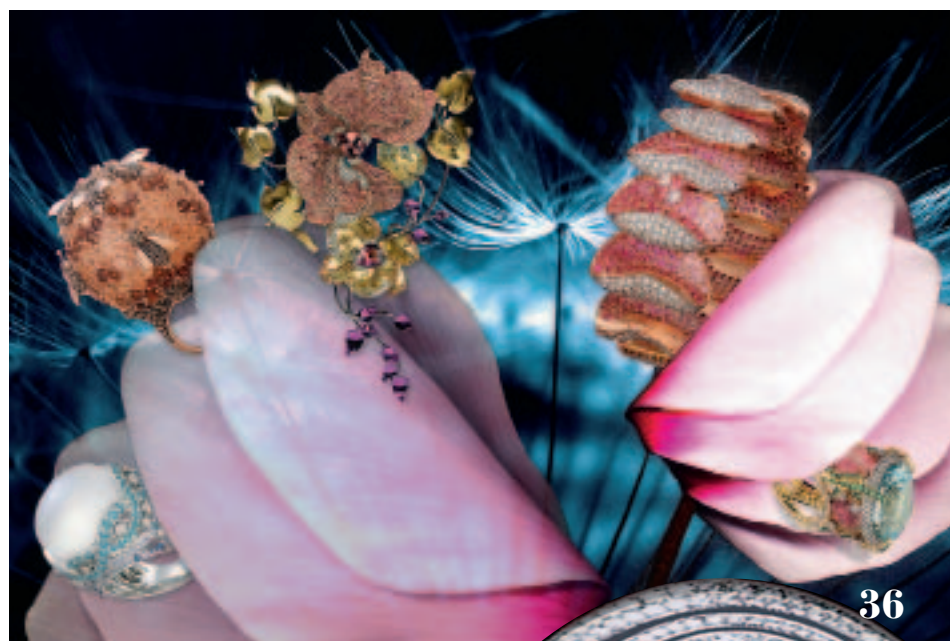
«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена

Журнал «Русский Ювелир» — ОФИЦИАЛЬНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР Гильдии ювелиров России

материал номера

О, КРИЗИС!



36

ГЕММОЛОГИЯ

56 Солнечные камни

ЮВЕЛИРУ НА ЗАМЕТКУ

64 Литье платины

52

ВЫСТАВКИ

18 Гильдия ювелиров — 2008

20 Дни Эрмитажа

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

32 Платиновая сказка

МОДНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

36 Gem Visions 2009

ЧАСЫ

52 Механика развлечений





КРАСЦВЕТМЕТ

Открытое акционерное общество «Красноярский завод цветных металлов имени В. Н. Гулидова»
Российская Федерация, 660027, г. Красноярск, Транспортный проезд, дом 1
Тел.: (391) 264-20-33, 259-32-63, факс (391) 262-94-80
E-mail: orc@knfmp.ru www.krastsvetmet.ru

реклама

ДИЛЕРЫ ОАО «КРАСЦВЕТМЕТ»:

Москва
ООО «Ювелирконтакт»
тел.: (499) 249-39-49, 249-32-78
ООО «ТД «Камея Со»
тел. (495) 744-03-07
ООО «Русская платиновая компания»
тел.: (495) 517-74-46, 783-52-20
ЗАО «Эльтон»
тел.: (495) 225-92-50, 225-92-56
Санкт-Петербург
ООО «Ювелиры северной столицы»
тел.: (812) 346-67-25, 449-55-17, 449-57-07
www.uss-spbg.ru

Новосибирск
ООО «Компания ИФК»
тел.: (383) 351-53-34, 355-86-50, 355-80-95
Екатеринбург
ИП Ляной Александр Вадимович
тел. (343) 212-40-66
Хабаровск
ЧП Шевелев Евгений Климентьевич
тел.: (4212) 23-75-65, 21-46-71
Красноярск
ООО ТПК «Русское золото»
тел.: (391) 222-14-66, 222-14-68
Улан-Удэ
ЗАО ТПК «Сапфир-Ювелир»
тел.: (3012) 21-77-74, 21-88-18

Кострома
ООО «ТД «Золотая линия»
тел. (4942) 31-89-81
Ростов-на-Дону
ООО «Дондрагмет»
тел. (86354) 5-10-12
Волгоград
ИП Назарова Ольга Витальевна
тел. (8442) 489-522
Благовещенск
ИП Симоненко Ольга Филипповна
тел.: (4162) 44-08-90, 44-47-82, 52-89-48
Владивосток
ООО «Милан»
тел.: (4232) 34-10-06, 34-10-02

Самара
Украина
ООО «Ювелирный Центр Регион»
тел./факс: (846) 270-35-44, 270-35-43

Официальные представители:

Украина
ООО «Центрумикс Трейд»
тел.: (38044) 206-36-65, 206-36-66, 206-36-67
Эстония
ТОО «Центрумикс»
тел.: (3726) 459-100, 443-526
Республика Казахстан
ТОО «Ювелирная компания «Алтын Уй»
тел.: (7272) 71-91-87, 58-22-80



Под знаком золотого тельца

В чем встретить Новый год? Что подать к столу? Эти вопросы традиционны для середины декабря — мы читаем, ищем, задаем вопросы, мечемся и терзаемся сомнениями. 2009 год астрологи объявили годом золота. Как для производителей ювелирных украшений, так и для торговли новость очень приятная!



Ассортимент золотых изделий неисчерпаем, а теперь к нему добавились и кулинарные изыски. Знаете ли вы о том, что Индия является самым крупным потребителем золота в продуктах питания в мире, съедая в год 12 тонн вещества? Листы золота используются для украшения кондитерских изделий, которые дарят по случаю больших торжеств — свадьбы или рождения ребенка. Во Франции и Италии известные шеф-повара украшают золотом свои лучшие блюда. В Японии, согласно поверью, добавление золота в саке во время празднования Нового года приносит удачу и успех в следующем году. Во многих европейских странах золото добавляют в шампанское.

Первой компанией, разработавшей метод получения съедобного чистого золота, была Tsukioka из Японии. Представьте: в вашей чашке кофе плавает крошечная надпись «С днем рождения». Надпись изготовлена из сверхтонкого чистого золота, и этот лист настолько тонок, что легко разрушается. Однако Tsukioka изобрела метод, как напечатать золотой лист на съедобную и растворимую в воде пленку. Когда пленка помещается в жидкость, она, растворяясь, оставляет золотую надпись самостоятельно плавать на поверхности. Прекрасная идея для любой вечеринки!

Марко Поло представлял Японию европейским читателям как «страну золота» более 700 лет назад. Японцы давно использовали золото и серебро в самых различных целях. В дополнение к превращению этих металлов в драгоценности японские ремесленники использовали золотые листики и порошок для украшения ширм

и других изделий кустарного промысла, а также разбрызгивая его на специальные блюда или бросая золото в бутылки саке.

Но вернемся к современности. Самое «золотое» мороженое в мире — порция за \$ 1000 пользуется популярностью именно из-за своей исключительной стоимости.

Пицца, в состав которой входят черная икра, лобстер, маринованный в коньяке, и съедобное золото. Название пиццы *Pizza Royale 007* дано в честь агента Джеймса Бонда и цена у нее соответствующая — \$3700.

Золотом и серебром украшают как десерты, так и закуски, главные блюда, а еще драгоценной стружкой, пылью и листьями можно украшать подарки, пасхальные яйца и даже новогоднюю елку.

Американская фирма ABC Dispensing Technologies начала продажу «французской» природной воды из горных источников au Le Cadeau. Компания заявляет, что это первая в мире питьевая вода, в которой содержится золото. В составе воды имеется полезное для здоровья коллоидное золото, помогающее больным артритом и другими заболеваниями, расстройствами и нарушениями.

Совет Европы и США разрешают использование золота в качестве съедобного украшения для продуктов питания. В пищевой промышленности съедобный золотой лист даже имеет свой код пищевой добавки — E175.

Почему мы так долго и подробно рассказываем об этом? Да потому что книжечки с листочками чудесного и вкуснейшего золота — это не что иное, как хорошо известное сусальное золото. Приятного аппетита и с Новым золотым годом вас, дорогие читатели!





АЛМАЗ-ХОЛДИНГ
ювелирная компания

Нам 15 лет!



Центральный офис:
129301, Москва, ул. Космонавтов, д. 7, корп. 2
(495) 956-89-89/98
info@almaz-holding.ru
www.almaz-holding.ru

ПОДАРКИ ПОД ЕЛКАМИ И ПАЛЬМАМИ



Autore

На наш взгляд, есть всего два варианта встречи Нового года: или встретить, или выпасться. Большинство людей (опять же, на наш взгляд) выбирают встречу, и сценариев этой встречи образуется величайшее множество. Давайте разделим всех встречающих на две группы. По одну сторону те, кто встречает Новый год в окружении елок, мороза, снежинок, по другую — любители пальм, жары и пляжа. Конечно же, все непременно будут пить шампанское, поздравлять друг друга с Новым годом и дарить подарки. Эта часть праздника наиболее близка ювелирам, и поэтому мы сегодня показываем вам оригинальные украшения двух компаний: австралийской AUTORE и итальянской Vhernier. Яркая коллекция морских существ с жемчугом Южного моря, украшенная цветными драгоценными камнями. Уникальный дизайн и современные технологии позволяют создавать «живые» изделия, как будто проплывающие мимо Вас. Эти украшения станут незабываемым, согревающим подарком среди снегов, метелей и стужи. А вот под шум прибоя, где-нибудь ближе к экватору — брошь «Пингвин» от компании Vhernier вызовет улыбку и будет как дуновение прохладного ветерка под жарким южным солнцем...

Vhernier



НОВАЯ СЕРТИФИКАЦИЯ БРИЛЛИАНТОВ

11 декабря в Антверпене организацией HRD был представлен новый вид сертификата для бриллиантов, который будет выдаваться с 5 января 2009 года. Сертификат нового образца будет иметь дополнительные степени защиты и позволит отслеживать историю камня on-line. По словам генерального директора HRD George Brys, выпуск нового образца сертификата не отменяет действие старых, и новшество направлено исключительно для составления более полной информации по каждому бриллианту, а также для обеспечения дополнительной защиты самих сертификатов от подделок. В сертификате остаются все прежние характеристики: вес, цвет, чистота, качество огранки, но вводится дополнительная градация в качество огранки, характеризовавшееся прежде двумя параметрами: оценкой пропорций и оценкой финишной обработки, а теперь введен еще один — симметрия. По этому параметру будут оцениваться любые отклонения от симметрии, оказывающие влияние на внешний вид камня. Оценка пропорций проводится только для круглых бриллиантов. Так как нет стандартов для оценки фантазийных форм огранки, то пропорции для них замеряются и фиксируются, но не оцениваются.

Сертификаты, выданные после 1 января 2005 года, могут быть обновлены после обращения на веб-сайт HRD. Новые сертификаты выпускаются на английском, турецком, китайском и арабском языках.



St. Petersburg

МОДА ПРОХОДИТ — ДРАГОЦЕННОЕ ВЕЧНО



Регистрационное удостоверение № 5031 выдано С-3 государственной инспекцией пробирного надзора

Ювелирное предприятие «ГРИНГОР»

Санкт-Петербург, пл. Растрелли, 2
Отдел сбыта: (812) 577-15-06, 577-15-10
факс: (812) 274-15-38
gringor@mail.ru

Ювелирная теддимания

История мишки Тедди насчитывает более ста лет. Мягкие игрушки в виде различных животных появились в XIX веке. Промышленного производства тогда не существовало, и игрушки делали для своих малышей заботливые мамы и бабушки.



Qeelin



Qeelin

Откуда же появилось всем известное ныне медвежье имя — Тедди? Оказывается, и здесь существует своя легенда, и переносит она нас в Америку. В 1902 году американский президент Теодор Рузвельт охотился в районе Миссисипи, но так и не встретил ни одного медведя. Чтобы угодить президенту, егеря поймали медвежонка и привязали его к дереву. Рузвельт возмущился и отказался стрелять в беззащитное животное. На следующий день эта история появилась в «Вашингтон пост», сопровождаемая забавной карикатурой. Миллионы читателей были растроганы этим происшествием. А жена эмигранта из России Морриса Мичтона Роза сшила по рисунку в газете плюшевого медвежонка и выставила его вместе с карикатурой в витрине своей лавочки. Teddy's Bear (Медведь Теодора) — гласила подпись около медвежонка. Многие захотели купить эту забавную игрушку, и супруги Мичтон начали изготавливать их на продажу. Позже Мичтоны якобы получили разрешение на использование имя Тедди у самого президента: «Я не совсем уверен, что использование моего имени принесет успех производству плюшевых медвежат, но если вы уж так настаиваете, пожалуйста, можете назвать его моим именем». Но президент ошибся. С того времени мишка Тедди начал свое победное шествие, завоевывая все больше стран. Плюшевый медвежонок становится героем детских книг (в 1926 году Алан Милн придумал своего Винни Пуха), мультипликационных фильмов. Открываются музеи, посвященные Тедди, появляются первые коллекционеры, а затем и художники-теддисты, создающие уникальных авторских мишек. Мишки-принцессы и мишки-шарманщики, мишки-русалки и мишки-художники, мишки-балерины и мишки-ведьмы! Каких только образов не рождает фантазия художника!

Разве могли ювелиры остаться в стороне от подобного увлечения! В компании Qeelin, основанной Гийомом Брошаром в 2004 году, родились медвежата-панды «Во-Во», из белого и черного золота с белыми и черными бриллиантами. Всего пять моделей по €19 000 были сделаны дизайнером Деннисом Чаном исключительно для продажи в Японии. Успех был ошеломительным. «Во-Во» раскупали в подарок не только детям, но и друзьям, знакомым. Известен случай покупки 27 (!) медвежат для подарков. Не миновала теддимания дизайнеров и других ювелирных компаний в разных странах мира, но, пожалуй, «Во-Во» самый удачный пример достижения успеха небольшой компанией за рекордно короткий срок.



Ayano Fukuoji



Андрей Кавецкий

Андрей Кавецкий



Qeelin

Rosato



ДЕБЮТ VALENTINO

Август 2008 г. оказался месяцем дебюта для фирмы Valentino. И эта компания не удержалась от соблазна сказать свое слово в романе о времени. Легендарный бренд нарушил многолетнее противостояние соблазну войти в элиту производителей часов. Сегодня узнаваемый и неповторимый стиль элегантности от Valentino воплощен в его часах от кутюр. Новая линия была представлена на выставке BaselWorld и после прекрасных отзывов запущена в производство. Восемь женских моделей и две мужских придают классике современное звучание, создавая новый модный образ. Модель Etoile — центральная в коллекции. Ретроспективный стиль, 144 бриллианта, гильошированный циферблат. Элегантность часов подчеркнута простым изящным ремешком. Модель Vanity черпает вдохновение из конструктивизма: четкие геометрические формы создают легкое воздушное пространство, так необходимое в современном стремительном мире. Традиционная элегантность известнейшего Дома мод распространяется и на часы Valentino, где стиль и превосходство встречаются, модернизируя прошлое, о котором нельзя забыть.





О, кризис!

В условиях всеобщего обсуждения экономического кризиса многие компании, не дожидаясь худших времен, уже сегодня приступили к реорганизации рабочего процесса на своих предприятиях, и в целом это приносит положительные результаты.

О том, как развивается ситуация сейчас и какие шаги можно и нужно предпринимать российским ювелирным компаниям, мы беседуем с коммерческим директором Столичного завода «АДАМАС» Павлом Юрьевичем Сидоренко.

— Как Вы считаете, каковы пути конструктивного взаимодействия между участниками рынка в условиях кризиса?

— В борьбе с любыми трудностями человечеству всегда приходят мысли об объединении, и данная ситуация не является исключением. Мы понимаем, что подобное решение может усилить позиции ювелиров в целом и наши в том числе, но для этого каждому участнику рынка необходимо иметь конкретные предложения по взаимодействию, которых пока нет. У большинства компаний нет и собственного плана мероприятий, так как сам кризис не имеет четких форм и невозможно спрогнозировать ближайшее будущее.

— А как изменится сам рынок, его структура, правила игры?

— Уже сейчас понятно, что кризис развивается неоднородно. В России есть регионы, города с градообразующими предприятиями, в которых из-за снижения спроса на выпускаемую продукцию упали доходы населения. И это, естественно, сказалось на покупательской способности, привело к уменьшению объемов продаж ювелирных изделий.

В других регионах мы наблюдаем прямо противоположную картину: объемы продаж не только не упали, а наоборот, выросли по сравнению с запланированными. Каким станет рынок в 2009 году, сейчас не скажет никто. Но зато можно с уверенностью сказать, что рубль у нас один, и бороться за него каждый будет всеми известными способами.

— Каким образом придется корректировать планы и стратегию компании под влиянием финансового кризиса?

— Мы уже внесли коррективы в работу, нам удалось снизить арендную ставку для многих магазинов нашей сети, — адля крупного предприятия это важный шаг — и ввели прямое управление: на войне как на войне. Планы постоянно корректируются, в зависимости от развития ситуации. И конечно же, перешли на работу по предоплате.

— Может ли кризис остановить рост розничного рынка?

— Конечно, кризис остановит рост розничного рынка. Один вопрос — насколько? Но это не означает, что кризис остановит рост «АДАМАСа». Наша компания в ноябрь открыла семь новых магазинов. Продолжает развиваться и франчайзинг «АДАМАС», в ноябре открыт новый магазин в Твери. Теперь Столичный ювелирный завод «АДАМАС» имеет сто пятьдесят один собственный магазин и шестьдесят четыре, работающих по франчайзингу. Уже сегодня мы рассматриваем предложения о покупке ювелирных магазинов с товарным запасом.



ЖДАНИНУ МИНИНУ И КНЯЗЮ ПОЖАРС

Кризис, ударивший по многим отраслям экономики, подбирается и к миру роскоши?

Италия. Упадок или стабильность?

По мнению Gregorio De Felice, аналитика из исследовательского отдела компании Intesa Sanpaolo (Италия), индустрия роскоши затронута упадком в финансовой и потребительской сфере как США, так и в европейских стран. Тем не менее уже осуществленная глубокая реструктуризация предприятий позволила им расширить собственные сферы рынка, вследствие чего даже малые и средние предприятия значительно улучшили свое положение.

Индустрия моды в Италии, безусловно, пострадает от мирового кризиса. Это даже не прогноз — это факт: наиболее восприимчивыми к данной экономической ситуации оказались секторы обуви и одежды, сказал De Felice. Другие обозреватели называют в этом списке и сектор ювелирных украшений. Очередной упадок в потре-

бительском секторе Италии ожидается в 2009 году: после положительных тенденций последних двух лет индустрия моды Италии все больше ослабевает. Хотя итальянский потребительский рынок значительно ослабел (4,4%) в первом полугодии прошлого года, условия для повышения рентабельности улучшились, и даже в крупных компаниях. Компании, имеющие годовой оборот более 50 млн евро, показывают лучшие результаты даже в объеме продаж, так как они могут положиться на бренд, дизайн и коммерческую мощь, а именно, они сами являются творцами своего успеха, по словам De Felice. Исследования Intesa Sanpaolo показывают, что реструктуризация, начавшаяся недавно и осуществленная в компаниях Fashion System, работает, так как она повышает и рентабельность, и работу с иностранными рынками.





Ближний Восток.

Бум продаж на желтый металл

Практически все инвесторы и банки считают золото самым безопасным способом для сохранения своих финансов в сегодняшней экономической ситуации. Так, в Королевстве Саудовская Аравия, являющемся главным рынком желтого металла, зарегистрирован беспрецедентный пик продаж золота. Только за первые две недели ноября товарооборот достиг почти трех миллиардов евро. Несмотря на глобальный финансовый кризис, в Объединенных Арабских Эмиратах спрос на золото продолжает расти, тем самым подтверждая, что во времена экономического кризиса золото все еще считается безопасным средством для инвесторов, осуществляющих сделки как в Дубае, так и по другую сторону границы. В конце октября, во время Фестиваля Diwali, магазины в Дубае были переполнены желающими купить ювелирные изделия, до такой степени, что даже полное опустошение складских запасов не смогло удовлетворить спрос на драгоценности!

В Катаре, главным образом известном своими богатыми газовыми месторождениями, был зарегистрирован 50% подъем продаж за первые две недели ноября. Похоже, что люди, ожидая резкого роста цены на золото, старались накопить золотых изделий в больших количествах не только для личного использования, но и в форме инвестиций. Ведь цены продолжают колебаться, бензин все еще дорог, и, по общему мнению, сейчас наступило подходящее время для покупки того, что принесет прибыль в будущем. Именно этим фактором объясняют невероятную золотую лихорадку, накрывшую все страны Аравийского полуострова.

Arnold Pinto, Day&Night, Объединенные Арабские Эмираты



Китай

Ювелирные изделия из 24-каратного золота открывают новые рыночные альтернативы

До середины октября 2008 года продажа ювелирных изделий в Китае стремительно росла.

Увеличение продаж во время недели государственных праздников с 1 по 7 октября, когда китайцы устремляются в магазины, как европейцы в преддверии рождественских каникул, было зарегистрировано на 20–33% больше по сравнению с первой неделей октября 2007 года. Эти исследования были проведены в Шанхае и Пекине. Но начиная с середины октября продажи стали медленно падать. Как полагают аналитики, это происходит в результате миро-



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-Весна

27 февраля–7 марта 2009 года

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782
www.rosyuvelirexpo.ru



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-2



15-23 мая 2009 года

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782
www.rosyuvelirexpo.ru



Ювелир-2009

МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

3-11 сентября 2009 года
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782
www.rosyuvelirexpo.ru



Ювелир-3

МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

4-14 декабря 2009 года



КВЦ «СОКОЛЬНИКИ», организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782, <http://www.rosyuvelirexpo.ru>



вого финансового кризиса, затронувшего рынок ювелирных изделий Китая. Вслед за медленным падением был зарегистрирован 20% обвал продаж. Причиной падения рынка являются два основных фактора: нехватка ликвидности — семейные доходы затронуты кризисом, особенно там, где члены семьи занимаются коммерческой деятельностью или экспортом, и отсутствие доверия на рынке. Но есть и положительный аспект — неожиданный всплеск в продажах изделий из 24-каратного золота. Конечно, этот кризис несколько изменил тенденции рынка. Если в прошлом ювелирные изделия из 24-каратного золота не были в моде, то сейчас даже молодежь стала обращать на них внимание. Все-

мирный Золотой Совет недавно разработал специальную программу для изделий из 24-каратного золота, известную как «Только золото» (Only Gold programme), в которой в качестве партнера принимает участие и хорошо известный китайский ювелирный бренд Jinlong. Генеральный директор компании подтвердил, что изделия из 24-каратного золота станут самым модным направлением на ювелирном рынке Китая. Все больше и больше компаний привлекает новая тенденция рынка, они начинают производить все больше изделий из 24-каратного золота, так как уверены, что в будущем цена на эти изделия будет расти и они будут становиться все более популярными.



Итак, подведем некоторые итоги.

Что же ждет нас в 2009 году?

Наши предсказания:

Для США и Японии грядущий год пройдет со знаком «минус»; зона евро останется практически стабильной; Восточная Европа повысит свой ВВП на 4,6% (в 2008 году был рост на 6,3%); в Латинской Америке рост составит 3,2%, в странах ОПЕК — 5,8%, в Африке — 5,2%.

Что ждет Россию? На сегодняшний день из всех отраслей экономики кризис сильнее всего ударил по металлургии. Она наиболее зависима от внешней конъюнктуры: предприятия цветной металлургии поставляют за рубеж 90–95% продукции, черной — 50%. Продукция российских металлургов идет на производство автомобилей во всем мире, а также используется для нужд строительства. Именно в этих областях и происходит главный спад потребления. Что является главным сырьем для металлургических предприятий? Конечно же уголь. Следовательно, идет падение спроса на него, и это ставит под удар шахтерские регионы страны. Казалось бы, причем тут ювелиры, когда речь идет о зауральских доменных печах? Все очень просто. Предприятия, расположенные в центрах черной и цветной металлургии, автомобилестроения, а также в шахтерских

регионах, являются градообразующими, и работа на них — единственный источник доходов для жителей этих городов. И мы думаем, ювелирная торговля в Липецкой, Вологодской, Челябинской областях, а также Кузбасса уже почувствовала на себе первые шаги мирового кризиса...

Однако, по мнению британских аналитиков, в России рост дохода и потребления в 2009–2010 годах останется стабильным, хотя ожидаются снижение скорости роста. Понятно, что скорость роста будет зависеть от длительности и расширения границ мирового финансового кризиса и его влияния на российский сырьевой рынок. Тем не менее это еще не все. Цены на сырье, главным производителем которого является Россия, будут определяться действием валового внутреннего продукта (ВВП): цены на нефть ниже 70 долларов за баррель, например, повлияют на дефицит государственного бюджета. В этом случае курс на поддержание дохода и внутреннего потребления подвергнется риску.

Прогноз помогли составить Economist Intelligence Unit, London и журнал «The New times», Москва

ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ
ЕДИНАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОГРАММА

XVII Форум ювелирной индустрии



JUNWEX



ПЕТЕРБУРГ

Международная научно-техническая конференция
«Ювелирная индустрия: Дизайн. Технологии. Оборудование»

4–8 ФЕВРАЛЯ 2009
ВК «ЛЕНЭКСПО», ГАВАНЬ



Выставка «Гильдия ювелиров 2008»

В конце октября в столичном Манеже прошла ежегодная ювелирная выставка «Гильдия ювелиров». Выставка проводилась при поддержке Министерства финансов РФ, Министерства экономического развития РФ, Пробирной палаты России, Торгово-промышленной палаты России и Правительства Москвы.

Жители столицы смогли насладиться плодами совместной творческой деятельности мастеров ювелирного дела и живописи: цокольный этаж ЦВЗ «Манеж» заняла экспозиция Эстет & Nikas. В августе 2008 года вышел совместный коллекционный альбом Ювелирного Дома «Эстет» и Никаса Сафронова. Одноименная выставка последовала как его логическое продолжение, подарив посетителям возможность увидеть в оригинале представленные на страницах альбома шедевры. Вечером 30 октября состоялось торжественное открытие выставки и презентация альбома, на которую приехали около 2000 приглашенных гостей. Известные политики и бизнесмены, звезды эстрады, кино, спорта и телевидения, а также дипломатические представители иностранных государств были поражены красотой и великолепием выставленных работ. В рамках

мероприятия они смогли насладиться непосредственным общением с авторами, талантливой игрой известного пианиста Юрия Розума и показом последней коллекции украшений «Эстетика роскоши» от Ювелирного Дома «Эстет». В конце вечера организаторы провели розыгрыш ценных призов, а на выходе каждого гостя ожидал особенный подарок — коллекционный альбом Эстет & Nikas. Авторы с удовольствием лично подписали уникальное издание для всех желающих.

Среди других значимых событий выставки стоит отметить деловую программу выставки, которую организовал Международный Бизнес-центр «6 карат». Графиня Доминик де Рокморель-Голицын провела мастер-классы «Стили ювелирных украшений» и «Как подобрать и носить ювелирные украшения». Одним из самых ярких



событий стал семинар «Ювелирные камни: талисманы и обереги. Ювелирный гороскоп 2009», проведенный известным астрологом Тамарой Глоба.

Посетители выставки смогли посмотреть не только на произведения современных мастеров, но и на изделия вековой давности: экспозиция, посвященная 155-летию фирмы Павла Овчинникова, вызвала живой интерес москвичей и гостей столицы.

Во время работы выставки прошли «круглые столы», встречи бизнесменов, а также конкурс ювелиров. На брифинге, посвященном проблемам российской ювелирной отрасли, было отмечено, что снижение покупательской способности населения, вызванное кризисом, может уменьшить интерес людей со средним доходом к приобретению ювелирных изделий и предметов роскоши. Интерес состоятельных людей к ювелирной продукции на фоне недоверия к фондовым инструментам может возрасти. При этом «Российская ювелирная отрасль не планирует снижать объем производства, несмотря на финансовый кризис, — сообщил генеральный директор Ассоциации «Гильдия ювелиров России» Валерий Борисович Радашевич. — Производство ювелирных изделий из золота в РФ, поданным Пробирной палаты, в январе — сентябре сохранилось на уровне 9 месяцев прошлого года — 33 млн изделий. Производство изделий из серебра при этом выросло на 32%».

Есть еще один аспект приобретения ювелирных изделий — в качестве запасов на черный день. С начала кризиса многие уже освоили для себя покупку золота как вложение средств, но прежде всего это касается металла в слитках и монетах, которые уже

сейчас из-за большого спроса приобрести у банков становится все более затруднительно. Новодом российские ювелиры единодушны — в предновогодние недели со спросом будет все в порядке в любом случае.

В свою очередь, председатель Комитета по поддержке предпринимательства в сфере добычи, производства, переработки и торговли драгоценными металлами и драгоценными камнями ТПП РФ Валерий Рудаков отметил, что ювелирные предприятия сталкиваются с проблемой привлечения кредитов. «Ювелиры работают, привлекая кредитные средства. Ювелирные предприятия покупают алмазы у добывающих компаний напрямую и платят за них сразу. В то же время при последующей реализации изготовленных изделий финансовый оборот достигает 8–9 месяцев. Торговые организации в 80% случаев оплачивают поставленную продукцию не сразу. Поэтому в условиях, когда кредиты стало привлечь труднее, а кредитные ставки поним выросли, ювелиры сталкиваются с нехваткой оборотных средств, что оказывает серьезное отрицательное влияние», — сказал он.

В начале года по прогнозам Гильдии ювелиров рост ювелирного рынка в 2008 году должен был составить не менее 15%. Очевидно, что теперь потребительский спрос будет сокращаться: увольнения граждан и сокращение зарплат сделают свое дело. Такого роста внутреннего рынка, какой был в предыдущие 7–8 лет, ожидать не приходится, но тем не менее радикальных изменений не будет, уверены российские ювелиры.

Дни Эрмитажа

Ежегодно Эрмитаж в начале декабря подводит итоги и делится планами на будущее. 2008 год ознаменовался интернет-встречей с директором музея Михаилом Борисовичем Пиотровским «Эрмитаж в год столетия со дня рождения Бориса Борисовича Пиотровского. Итоги юбилейного года».



В фойе Эрмитажного театра были развернуты экспозиции «Эрмитаж в мире публикаций» и «Эрмитаж в фотографиях», затем открыта новая постоянная экспозиция западноевропейского серебра XVI–XIX веков в Александровском зале Зимнего дворца; выставка «Пещеры тысячи Будд. Российские экспедиции на Шелковом пути»; отреставрированные паркеты ряда знаменитых залов Зимнего дворца; а в Эрмитажном театре прошло торжественное вручение грантов Благотворительного фонда Владимира Потанина 100 сотрудникам музея.

Для нас наиболее интересным было открытие после реставрации в Александровском зале экспозиции западноевропейского серебра. Коллекция Эрмитажа, одна из крупнейших в мире, включает произведения мастеров Франции, Англии, Германии, Италии, Испании, стран Северной и Восточной Европы с XVI до начала XX века и дает возможность проследить все тенденции развития этого вида искусства.

Особую ценность и интерес представляют уникальные лохани-холодильники английских мастеров XVIII века. Эти массивные

изделия, наполненные льдом, ставились возле торжественно накрытых столов. В них помещали бутылки и фляги с вином. Вином наполняли и фонтаны — высокие сосуды в форме ваз, украшенные великолепной чеканкой и литыми фигурками.

На королевских и царских столах в центре возвышался серебряный пладеменаж — оригинальное настольное украшение. На нем стояли судки для различных специй и «корзина» для фруктов или сладостей. В собрании Эрмитажа хранятся три пладеменажа знаменитого ювелира короля Людовика XV Клода Баллена II и не менее известного аугсбургского мастера Иоганна Людвиг Биллера.

В коллекции представлены шедевры французского искусства мастеров серебряных дел. Это бутылочные передачи Тома Жермена, предметы из Парижского сервиза, выполненного его сыном Франсуа Тома Жерменом. Не менее известен Орловский сервиз, подаренный Екатериной III графу Григорию Орлову: изящные террины, бутылочные и рюмочные передачи из наместнических сервизов, созданные по указу Екатерины II ювелиром короля Роббером Жозефом Огюстом в Париже в 1780-е годы.



Всемирную славу снискали вещи, выполненные лондонскими мастерами-гугенотами — Полем де Ламери, Симоном Пантинем, Полем Креспеном. Это и лоханы, и блюда, и туалетные приборы, и многое другое. Их изделия отличаются отточенностью формы, изысканностью декоративных мотивов.

Не менее ценна в художественном отношении коллекция серебра ведущих художественных центров XVII—XVIII веков — Нюрнберга, Аугсбурга, Гамбурга, Лейпцига, Дрездена, Берлина. В коллекции имеются разнообразные питьевые сосуды — кубки, кружки, стопы, кувшины, а также роскошные блюда, украшавшие в свое время буфеты и поставцы зажиточных бюргеров.

Кроме того, в Эрмитаже собраны серебряные изделия Италии, Испании, Португалии, Голландии, Швеции, Польши. Эти коллекции не столь обширны, тем не менее имеющиеся экземпляры дают представление о том высоком уровне, которого достигло искусство серебряных дел мастеров в этих странах.

Основу эрмитажного собрания составляют художественные изделия из серебра, приобретавшиеся или заказывавшиеся в Европе для царской семьи и императорского двора со времен Петра I вплоть до Николая II. Много ценных произведений ювелирного

искусства после революции поступило из национализированных коллекций русской знати. Это прежде всего знаменитые коллекции князей Юсуповых, графов Шереметевых, Строгановых, барона А. Л. Штигица.

Редакция нашего журнала, поздравляет куратора экспозиции М. Н. Лопато, доктора искусствоведения, заведующую сектором художественного металла отдела западноевропейского прикладного искусства Государственного Эрмитажа с завершением огромной работы над экспозицией и с ее открытием.

В предыдущем номере нашего журнала, в статье «Скрипка Ротшильда в дар Эрмитажу», по вине редакции не был указан автор статьи. Приносим искренние извинения автору. В № 8 журнала «Русский Ювелир» на стр. 64 следует читать: «„Скрипка Ротшильда в дар Эрмитажу“. Зоя Купцова, сотрудник отдела западноевропейского изобразительного искусства Государственного Эрмитажа».





Chopard

Брендинг на алмазном рынке

На сегодняшний день в мировом алмазном рынке происходит перестройка. Крупные мировые участники алмазного рынка выбирают стратегию вертикальной интеграции, начиная от добычи алмазного сырья и заканчивая продажей ювелирных изделий с бриллиантами под единой маркой бренда.

Основной своей задачей участники мирового алмазного рынка видят поддержание «бриллиантовой мечты», которая является основой его развития и роста, базирующейся на «престижном потреблении». Согласно этой теории единственная «полезность» продукта АБК (алмазно-бриллиантового комплекса) при «престижном потреблении» — это необычайное чувство счастья, когда получаешь дорогое, необычное ювелирное изделие. Бриллианты и ювелирные изделия с бриллиантами представляются драгоценными, желанными и ценными, так как они воплощают в себе иллюзии, любовь, романтику.

Торговая марка (бренд) по определению представляет собой ценность товара для покупателя за рамками объяснимых пользовательских или функциональных качеств или атрибутов сервиса и включает имидж торговой марки (brand's image). Процесс создания торговой марки можно проще объяснить фактом предпочтения покупателем данного бренда из всех существующих на рынке торговых марок.

В условиях жесткой конкуренции бренд несет определенный набор эмоциональных ассоциаций. Без эффективной рекламы и стра-

тегического позиционирования, направленного на создание, развитие и сохранение имиджа, невозможно выдержать конкуренцию.

Создание сильных брендов в мировом АБК обусловлено целым рядом факторов, одним из которых стали достаточно серьезные изменения в восприятии человека. В последние годы слово «бренд» приобрело глобальное значение.

Хорошее изделие с названием и упаковкой не создает бренда. Успешные бренды характеризуют хорошую продукцию, которую хотя бы немного любят люди, у которой есть индивидуальные особенности, которая нравится людям. Бренды имеют все виды объединенных ценностей и значений, к которым стремятся люди или которые дают им комфорт: они предлагают людям эмоциональные преимущества.

В мировом АБК в последние годы возникло множество брендов, ассоциирующихся с бриллиантами и ювелирными изделиями. Их постоянная реклама в мировых специализированных изданиях и масс-медиа создает стабильный положительный имидж надежности, качества и престижа.



Chanel



Cartier



Harry Winston



Van Cleef & Arpels



Carrera&Carrera



Bvlgari



ювелиру на заметку



H. Shtern



NLB



de Grisogono



Основное отличие данного типа инструмента маркетинга в завоевании определенного сегмента рынка, т. е. создании устойчивого образа товара в умах потребителей. Предназначение торговой марки компании заключается в дифференциации товара или создании образа торговой компании, отличного по одной или ряду характеристик от других аналогичных товаров на существующем рынке. Целью такой сегментации является достижение ситуации, при которой потребители, торговля и производители предпочитали бы иметь дело с данной компанией.

Торговая марка (бренд) в свете новых изменений мирового алмазного рынка приобретает все более значимое положение на ювелирном рынке. В настоящий момент растет число ювелирных изделий, которые продаются в качестве брендовых предложений. Зарубежные ювелирные компании стараются уделить большое внимание раскрутке бренда своего товара, это является долгосрочной инвестицией.

Создание ювелирного бренда не определяется напрямую количеством вложенных в проект средств, ни привлечением новых технологий и дизайнерских решений. Если еще 50–100 лет назад имело смысл говорить о каких-либо секретах ювелирного мастерства, то современные технологии позволяют «расшифровать» новый сплав, способ огранки, систему крепежа и т. п. Оригинальный дизайн коллекции остается таковым лишь до появления изделий на страницах каталогов и на страницах Интернета. Таким образом, для создания ювелирных брендов необходимо ориентироваться на другие факторы эффективности брендов.

Нью-Йоркская организация *Luxury Institute* (Институт роскоши), которая занимается составлением рейтингов, определила лидеров ювелирного рынка: *Harry Winston, Tiffany & Co, Cartier, Bvlgary, Carrera & Carrera, Van Cleef & Arpels, Gucci, Chanel, Chopard, Mikimoto*.

Что выгодно отличает эти компании от других игроков рынка? Проанализировав информационный поток, эффективно привносимый маркетологами этих компаний, мы увидим, что наиболее ценной составляющей этих ювелирных брендов становится «История семейной фирмы». Действительно:

1. *Harry Winston*. «История Дома *Harry Winston* — это история трех поколений ювелиров. Отец Гарри-Джейкоб Уинстон открыл ювелирный магазин в Манхэттене в 1980 году. С именем *Harry Winston* связано рекордное количество самых крупных бриллиантов среди когда-либо принадлежавших коллекционерам, королевским семьям и даже государствам. Именно в гранильных предприятиях *Harry Winston* родились знаменитые бриллианты «Джонкер», «Варгас», «Звезда Сьерра-Леоне» и «Тейлор-Бартон». Гарри Уинстон в 1947 г. первым украсил кинозвезд бриллиантами, с тех пор ни одна церемония «Оскар» не проходит без украшений с клеймом *Harry Winston*. Свое столетие в 1990 г. Дом *Harry Winston* отметил, представив тиапу *Centennial Tiara*, украшенную семью бриллиантами общим весом 100 карат: «100 карат в честь 100 лет».
2. *Tiffany & Co*. «В 1837 г. уроженцы Новой Англи, школьные друзья Чарльз Тиффани и Джон Янг переехали в Нью-Йорк. У состоятельных родителей заняли 500 долларов и на Бродвее открыли лавку антиквариата и бижутерии с названием *Tiffany & Young*. Как о ювелирной компании *Tiffany & Young* заговорили в 1851 г.: в этом году ее серебряные изделия получили мировое признание. Звездный час фирмы наступил в 1861 г.: во время инаугурации президента США Авраама Линкольна его супруга надела жемчужный гарнитур от *Tiffany*».
3. *Cartie*. «В 1947 г. в коммерческом регистре об основателе фирмы Луи Франсуа Картье было записано: «Производит ювелирные изделия,

различные модные украшения, новинки...» Многие ювелирные изделия *Cartie* были созданы по заказу знаменитых современников. В 1933 г. для герцогини Виндзорской была создана уникальная платиновая брошь «Пантера», украшенная бриллиантами и черными ониксами».

4. *Mikimoto*. «Микимото родился в 1858 г. в японском городе Тобо в семье торговца лапшой. В 1888 г. впервые заинтересовался местным знаменитым продуктом — жемчужиной Изе. В 1893 г. Микимото получил свою первую культивированную жемчужину. В 1927 г. во время поездки по США и Европе Микимото посетил изобретателя Томаса Эдисона. Подарив знаменитому американцу свою жемчужину, он услышал слова, прозвучавшие высшей похвалой из уст человека, на своем опыте познавшего цену многих открытий: «Это не культивированный, а натуральный жемчуг. Есть две вещи, которые нельзя получить у меня в лаборатории — бриллиант и жемчуг!» Ювелирам Микимото принадлежит патент «вживления» бриллиантов в «жемчужное тело».

Подлинная история о создании брендов ювелирных фирм является «сырьем», постоянно нуждающимся в обработке, дополнении с учетом требования рынка и коммуникационных сетей. То есть в основу информационного потока, с помощью которого бренд продвигается на рынке, ложится «История семейной фирмы».

Для относительно молодых успешных брендов характерна маркетинговая модель «Личность гениального ювелира»: позиционируется отдельная личность как выдающийся ювелир:

1. *H. Stern*. Входит в двадцатку наиболее успешных мировых ювелирных брендов. Фирма основана в 1945 г. в Бразилии эмигрантом из Германии Хансом Штернером. Бренд неразрывно связан с основателем фирмы: «В 60-х, 70-х, 80-х годах молодой ювелир завоевал многие дизайнерские призы, заслужил признание и восхищение королей и королев, президентов и знаменитостей со всего мира, посетивших знаменитые мастерские и музей *H. Stern* в Рио-де-Жанейро... Еще до того, как словосочетание «дизайнерские украшения» вошло в мировой лексикон, Ханс Штерн работал в сотрудничестве со знаменитыми личностями, вдохновившими его на создание современных коллекций».
2. *De Grisogono*. Компания основана в 1993 г. Фавазом Груози, «гениальная личность» которого является основой для информационного потока, генерируемого маркетологами фирмы: «Фаваз Груози сделал карьеру ювелира благодаря отчаянным экспериментам, которые всегда чудесным образом завершались полнейшим успехом у публики...».
3. *Ананов*. Появился на рынке в начале 1990-х годов, едва ли не единственный российский ювелирный бренд мирового класса. Полностью ассоциирован с личностью основателя и владельца Андрея Ананова, позиционируется как «социальное явление, символизирующее нашу жизнь последних десятилетий, почти литературный персонаж с историями театрального режиссерства, подпольной ювелирной мастерской...»

Бренды такого типа, к которым можно отнести также французский *JAR*, итальянский *Nouvell Bagee* и т. п., в целом, менее сильные, чем «исторические» бренды. С информационной точки зрения они весьма уязвимы: кончина или уход из бизнеса «гения», определяющего бренд, может создать серьезные проблемы для его существования.

Существует еще одна распространенная маркетинговая модель брендов «Глобальная социальная идея», априори востребованная широким кругом потенциальных покупателей.

При существовавшей более 50 лет одноканальной системе сбыта «Де Бирс» необходимость внедрения торговой марки не представлялась нужной. В данный момент, когда многие производители бриллиантов пытаются выйти на мировой рынок с собственным товаром, такой шаг становится своевременным и уместным. При наличии нескольких каналов выхода товара на рынок и присутствии более одного владельца товара возникает опасность использования ранее созданного положительного имиджа товара одного производителя другими производителями. Поэтому в Гонконге «Де Бирс» запустил проект Forevermark. На одну из граней бриллианта наносится лазерная маркировка «Вечный» и серийный номер, невидимые невооруженным глазом. Надпись на бриллианте гарантирует, что камень натуральный, что он не был изменен или обработан искусственными средствами и был поставлен компанией «Де Бирс» и огранен одним из ее сайтхолдеров. Эта маркетинговая стратегия направлена на борьбу с выпуском контрафактной продукции.

Хотя возникновение концептуальных ювелирных брендов достаточно новое явление, оно является перспективным подходом при конструировании бренда.

Торговая марка (бренд) основывается на нескольких источниках:

- знание. Знакомая торговая марка (чаще всего широко рекламируемая) предоставляет покупателю уверенность в правильности выбора, подтверждение правильности его покупательского мышления, что лежит в основе психологии любого человека;
- качественные ассоциации. Показательным примером качественной ассоциации может служить рекламный слоган «Де Бирс» — Diamond is forever (Бриллианты вечны). Покупатель может легко судить о качестве товара, в данном случае о его долговечности;
- индивидуальность торговой марки/имиджа. Более эмоциональные и атрибутивные характеристики по сравнению с качеством товара, такие как личные ассоциации, стабильность, фетиш, чувство долга, составляют в совокупности другие ассоциации или индивидуальность торговой марки/имиджа;
- лояльность. Лояльность покупателей является самой сильной характеристикой торговой марки. Лояльность может выражаться как в повторных покупках одного и того же товара, так и в агитации других потребителей купить привлекательный для данного покупателя товар. Так, в торговле ювелирными изделиями существует определенный круг покупателей, предпочитающих одни торговые марки другим, например Cartier против Tiffany.

Следует подчеркнуть, что бренд как вид деятельности требует больших материальных затрат. На Западе создание бренда занимает не менее двух лет и требует затрат от 5 млн дол. США и выше. В России это займет такое же время, не считая времени на разработку программы, сумма затрат будет меньше нижнего предела 3–3,5 млн дол. США.

Если мы рассмотрим региональный уровень, а именно АБК Якутии, то увидим, что здесь также имеются стабильные и успешно работающие предприятия: «Золото Якутии», «Туймаада Даймонд», «Драгоценности Якутии», «Саха ювелир» «ЭПЛ Даймондс», «Саха Таас». Данные предприятия известны в своем регионе и далеко за его пределами, но, к сожалению, только в пределах рынка РФ, и то под общим ассоциированным наименованием «Якутские бриллианты».

Для республиканской ювелирной промышленности «бренд» ювелирного предприятия понятие новое и незнакомое. Задолгий период

государственной монополии в производстве и продаже ювелирных изделий сформировался покупатель, мало разбирающийся в художественных достоинствах и ориентирующийся в основном на однотипные, массовые образцы продукции. На сегодняшний день в России и Республике Саха (Якутия) под ювелирными брендами зачастую понимают названия предприятий, наиболее успешно ведущих бизнес, чьи изделия легитимны, узнаваемы и востребованы покупателем. Создать бренд — значит «вырастить» в сознании потребителя символ, соответствующий определенной, единственной категории товаров. Понятия «дизайн» и «бренд» на сегодняшний день стали ключевыми для развития российского ювелирного рынка. Создавать ювелирную моду становится выгодно, причем в долгосрочных перспективах. На отечественном ювелирном рынке полноценное соревнование брендов еще только начинается. После вступления России во Всемирную торговую организацию российские ювелирные предприятия будут конкурировать с турецкими, тайваньскими изделиями. Поэтому, если за это время не появятся якутские бренды, ювелирная промышленность РС(Я) может частично нивелироваться до уровня мелких мастерских, частично переориентироваться на западного потребителя.

Важно понимать преимущества, которые приносит брендинг в ювелирную и алмазную отрасли. Некоторые из них включают:

1. стимул и заинтересованность. Смотреть на тысячу бриллиантов и бриллиантовых ювелирных украшений еще не означает зажечь интерес к ним. Наблюдение за различными брендами и их рекламой привлекает гораздо больше и может скорее дать стимул к покупке бриллиантов;
2. уверение. Многие покупатели считают покупку бриллиантовых ювелирных украшений сложным делом и чувствуют неуверенность в том, что они покупают, и в том, правильный ли выбор они сделали. Ювелирные изделия известных брендов помогают уверить людей в правильности выбора;
3. избежание формальности при продажах украшений. Бриллианты должны дифференцироваться так, чтобы они не рассматривались как товар, продаваемый на вес. Очень важно сохранять особую привлекательность и эмоциональные чувства, с которыми связаны представления о Бриллианте;
4. инновации. Создать настоящий бриллиант — это больше чем создать его четыре характеристики 4C (color — цвет, cut — форма огранки, clarity — чистота, carat weight — вес в каратах). Необходимо иметь идеи, которые завладевают воображением людей.
5. «маркеры» для покупателя. Женщины носят серьги компании Chopard, потому что другие люди знают, что такое серьги от Chopard. Эмоциональные чувства, связанные с этими изделиями и делает их такими желанными.
6. «навстречу всем нуждам»: дифференцированные бренды с дифференцированным значением подтверждают качество продукции и помогают удовлетворять все различные потребности современной женщины. Она может иметь изделия Ishi (для романтических отношений) и украшения Asmi (для самоутверждения, совершенствования). Более того, бриллиантовые ювелирные изделия бренда могут заменить некоторые другие предметы роскоши, которые она могла бы купить.

**А. А. Аргунова — коммерческий директор
ООО «Саха Таас Якутск»**

Коллекция «Крустальная зима»



 **Золото Якутии**

Основана в 1993 году

ОПТОВАЯ СЕТЬ

Ювелирный завод
ОАО «Золото Якутии»
677005, г. Якутск,
ул. Пирогова 8,
тел. (4112) 43-04-14,
43-06-63 (отдел торговли)
E-mail: gy@goldyakutia.ru
Web-site: www.goldyakutia.ru

Филиал ОАО «Золото Якутии»
Москва, 121099,
Прямой переулок 3
строение 1,
тел.: (499) 241-97-87

E-mail: info@zolotok.ru
Web-site: www.zolotok.ru

РОЗНИЧНАЯ СЕТЬ

**Адреса ювелирных
салонов и магазинов
«Золото Якутии»:**
Республика Саха (Якутия),
г. Якутск, пр-т Ленина, 8
Тел.: (4112) 34-44-48

Республика Саха (Якутия),
Алданский район, г. Алдан,
ул. 50 лет ВЛКСМ, 13
Тел.: (41145) 3-58-87

Республика Саха (Якутия),
Мирнинский район, г. Удачный,
Новый город, (дом 8, кв. 24)
переходная галерея,
магазин «Золото Якутии»
Тел.: (41136) 5-19-39

Республика Саха (Якутия),
г. Нерюнгри, ул. Ленина, 6
т/ц «Драгоценности Якутии»,
магазин «Золото Якутии»
Тел.: (41147) 4-44-51

Республика Саха (Якутия),
Мирнинский район, г. Мирный,
ул. Советская, 4/3
магазин «Золото Якутия»
Тел.: (41136) 4-44-87

Тюменская область, г. Тюмень,
ул. Мельникайте, д.101/9,
т/ц «Подийум»
Тел.: (3452) 20-53-83

Омская область, г. Омск 1,
ул. Интернациональная, д. 43
т/ц «Омский комплекс»,
"8 небо"
Тел.: (3812) 45-13-35

Омская область, г. Омск 2
ул. Ангарская, д. 14
(оптовая база)
Тел.: (3812) 45-13-35

Омская область, г. Омск 3,
ул. Березовского, д. 19
Тел.: (3812) 45-13-35

г. Санкт-Петербург,
ул. Марата, 33
Тел.: 8-911-764-7260

Декор ювелирной витрины

НОВАЯ КНИГА С РАБОЧИМ НАЗВАНИЕМ «ВИЗУАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ», КОТОРАЯ ВЫХОДИТ В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДОМЕ «6 КАРАТ», ДАЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ РАССМОТРЕТЬ ЮВЕЛИРНУЮ ВИТРИНУ КАК НЕПРЕЛОЖНУЮ СОСТАВЛЯЮЩУЮ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ.

Декор — важный элемент ювелирной витрины. Используя различные элементы декора, можно менять не только общее настроение и дизайн ювелирного магазина, но и его философию и общую концепцию.

В статье приводится отрывок одной из глав новой книги...



Визуальные продажи кроме фирм-производителей обычно используют в магазинах люксовых брендов или в крупных сетевых магазинах. Как правило, дизайн и оформление витрины полностью зависит от вкуса и творческих способностей хозяина магазина и персонала.

Самый распространенный вид декора — природные материалы, такие как камень, раковины, ветки, цветы. Часто используют куски дерева неправильной формы или камни, отшлифованные морем, с гладкой поверхностью.

Натуральные природные материалы могут в одном случае действительно украсить витрину, а в другом — создать некоторую хаотичность, что отрицательно повлияет на контакт-коммуникацию.

Лучше остановить выбор на каком-то одном варианте натурально-го декора или же для каждой отдельной витрины использовать новый

материал. При этом важным фактором являются размеры элементов декора — они не должны отвлекать внимание покупателя от самого украшения.

Природные материалы могут быть использованы и как подставка-дисплей.

Хорошего эффекта можно добиться, используя в качестве элемента оформления цветы. Они должны быть не только хорошо подобраны, но и учитывать современные тенденции. Действительно, существуют модные и немодные цветы.

Например, такая крупная торговая марка, как «Армани», всегда делает замечательный цветочный уголок в своих главных фирменных магазинах.

Если в магазине отдается предпочтение цветочному декору, лучше избегать ярких красок,

контрастирующих с украшениями и камнями. В подобных случаях украшения следует выставлять на подставках из прозрачного стекла, чтобы не было спутанной, загроможденной экспозиции. Фон витрины должен повторять по цвету оттенки живых цветов.

Представление природных тем и настроений можно передать с помощью имитации цветов, листьев, фруктов. Тема живой природы может быть обозначена маленькими фигурками животных из керамики. Возможно использование благородных материалов.

Можно делать тематические витрины с учетом сезонных продаж. Этнический декор можно использовать также только какое-то определенное, достаточно короткое время или же для специальных коллекций ювелирных украшений.

Противоположностью естественным, природным формам и материалам в оформлении витрины является стиль хай-тек, то есть стро-



ПРОГРЕСС-НЕВА

192029, Санкт-Петербург, ул. Дудко, д. 3
 Тел: (812) 640-11-38; (812) 640-11-39 Тел/факс: (812) 640-11-37
 E-mail: vefk-progress-neva@yandex.ru
www.gold-pn.ru



Торговый Дом Примоса

Производство обручальных колец.
 Ассортимент более 300 моделей.
 Ежемесячное обновление коллекций. Гибкая система оплаты.

Санкт-Петербург,
 ул. Химиков, д. 26, корпус 1
 Тел./ факс (812) 458 52 37
www.primossa.ru
 e-mail: primossa@mail.ru





Рис. 1. Использование логотипа в оформлении витрин — воспроизведение логотипа полиграфическим способом.



Рис. 2. Использование логотипа в качестве суппорта — логотип выполнен в трехмерном варианте.

гий рационализм, четкость линий и точная геометрия форм. Металлические пластины для задника витрины и полок, квадратные подставки из дерева, гипса или камня очень подходят для показа дизайнерских коллекций.

При использовании традиционных предметов декора следует особо обратить внимание на их размеры и стиль. Лучше не использовать вазы, картины, статуи и другие крупные объекты: не следует забывать, что внимание посетителя должно быть обращено в первую очередь на ювелирное украшение, а не на декор. Особого разговора заслуживают крупные предметы, которые в силу своих художественных и эстетических свойств являются своеобразной характеристикой магазина.

В случае, если ваза или статуя — неотъемлемая часть имиджа магазина, то визуальный мерчендайзер должен выставить этот предмет в витрине, но таким образом, чтобы он зрительно не нарушал и не разбивал экспозицию украшений и не мешал восприятию.

Если ювелирный магазин занимается также продажей предметов из серебра или других ценных материалов, крупные изделия следует выставлять отдельно от украшений, создавая и подчеркивая разные группы товаров.

Если стоит задача выделить заднюю стенку витрины, рекомендуется использовать абстрактный графический рисунок или живописные мотивы, не надо оформлять ее репродукцией известной картины или популярными изображениями. В этом случае цвета обивки витрины не должны мешать восприятию изделий, подставки должны быть одного цвета и не отвлекать внимание посетителя от рассматривания ювелирных украшений.

Тот же принцип действует при использовании цветных панелей и дорогих тканей в качестве фона.

Интересный способ персонифицировать витрину — это нестандартное использование логотипа, например графическое воспроизведение его части или же отдельных элементов. Изображение логотипа может быть в плоскости, двухмерным (рис. 1), а также объемным, при этом использоваться в качестве подставки (рис. 2).

Магазины с ярко выраженным собственным стилем в выборе цвета интерьера и мебели могут также использовать свои наработки при

оформлении витрины, прежде всего для того, чтобы не создавать контраст между интерьером магазина и внешней витриной.

Общепринято не закрывать стеклянные поверхности каким-либо декором, а по максимуму использовать прозрачность стекла.

Если витрина получается слишком открытой и при этом не требуется добиться эффекта прямой коммуникации между внутренним и внешним пространством магазина, достаточно использовать отдельно или комбинировать полупрозрачные и матовые материалы.

Эффект «видно — не видно» возбуждает любопытство клиента, кроме того, появляется как бы некоторая граница, отделяющая внутреннее помещение магазина от того, что снаружи.

Хорошо продуманное освещение предоставляет новые эстетические возможности при показе экспозиции и может легко заменить традиционные виды декора. При этом будет очень интересный и необычный эффект. Декор с использованием освещения подходит только для закрытых витрин, где направленные лучи света не теряют своей интенсивности. Визуальные уровни подчеркиваются световой линией, а затемненные зоны чередуются с хорошо освещенными зонами, где находятся ювелирные украшения.

В этом случае подставки нужны только для создания различных уровней, все они должны быть одного цвета и сделаны из одного материала; тот же цвет используют для задника, стен и полок витрины.

Еще один способ декора, применяемый в визуальном мерчендайзинге, — использование воды, особенно текущей, находящейся в движении (фонтаны, стекающая по плоской поверхности вода, вода, приводящая в движение механизмы часов, и т. д.). Не следует забывать, что такой декор связан с еще большими техническими трудностями, чем оформление с помощью освещения. Витрины, декорированные с использованием воды, можно увидеть в модных магазинах в Милане. Хорошо проработанный и продуманный проект такого декора можно использовать и при оформлении витрин ювелирных магазинов.

По вопросам приобретения книги можно обращаться по телефонам: +7 (495) 744-34-64; 232-22-60; 232-33-79
e-mail: info@6carat.ru



**СЕМИНАРЫ И ТРЕНИНГИ УЧЕБНО-КАДРОВОГО ЦЕНТРА «ЮВЕЛИР-ПРОФИ»
январь–февраль 2009 г.**

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ, ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕНА, РУБ.
-------	---------------------------------------	--	------------

ЯНВАРЬ

1	14–15.01.2009	Семинар «Практика продаж ювелирных украшений. Работа с VIP-клиентами»	Специалисты по ювелирной рознице, продавцы-консультанты
2	16–17.01.2009	Семинар «Основные правила и рекомендации по торговле изделиями из ювелирных камней и драгоценных металлов»	Руководители, владельцы, администраторы, специалисты ювелирной розницы
3	20–21.01.2009	Семинар «Практика развития управленческих навыков»	Владельцы, руководители, менеджеры
4	22–23.01.2009	Семинар «Креативная составляющая ювелирного маркетинга как средство выживания бизнеса в условиях экономического кризиса» (Дмитрий Кабатов — практик ювелирной промышленности, специалист по разработке и развитию успешных брендов, создатель русской школы ювелирного промышленного дизайна)	Владельцы, директора, специалисты по рекламе и PR
5	28.01–01.02.2009	Деловая программа в рамках выставки «Питер-Ювелир – 2009»	

ФЕВРАЛЬ

6	17–18.02.2009	Семинар «Практика развития управленческих навыков»	Владельцы, руководители, менеджеры
7	24–25.02.2009	Семинар «Креативная составляющая ювелирного маркетинга как средство выживания бизнеса в условиях экономического кризиса» (Дмитрий Кабатов – практик ювелирной промышленности, специалист по разработке и развитию успешных брендов, создатель русской школы ювелирного промышленного дизайна)	Владельцы, директора, специалисты по рекламе и PR
8	26–27.02.2009	Семинар «Практика экспертизы ювелирных изделий при осуществлении закупочной деятельности»	Специалисты ювелирной розницы, занимающиеся закупкой ювелирных изделий

(495) 232-22-60, 232-33-79, 744-34-64
e-mail: info@6carat.ru, 6carat@inbox.ru

Платиновая сказка

Что за чудесная мечта: встретиться с феей, обещающей исполнить три ваших желания. Но каково будет ваше третье желание, когда вы уже пожелали счастливой жизни и здоровья для всей вашей семьи? Захотите ли вы получить что-нибудь действительно личное; что-нибудь красивое и эксклюзивное? Что вы скажете об украшении из платины?

P
PLATIN

«Устрица» — гарнитур из платины с жемчугом Таити.
Jens Biegel, Frankfurt am Main, Germany



Платиновые браслет и кольцо,
коллекция «Меридиан» с бриллиантами (1.99 ct).
Henrich & Denzel, Radolfzell, Germany



Разве сказка не лучшее место для заветного желания? Где еще вы сможете найти возможность вырваться из ритма повседневной жизни, определяемого деловыми встречами, посещением магазинов в выходные дни и ожиданием следующих выходных?

Просто дайте воплотиться своим мечтам и выполните самое заветное ваше желание — желание владеть эксклюзивным ювелирным украшением; украшением из платины, самого чистого и драгоценного металла на земле.


Платиновое кольцо Fiorello с бриллиантом
натурального цвета огранки «принцесса» (1.0 ct)
и бриллиантами (0.45 ct).
Кольцо составлено из подвижных элементов.
Schwab, Winterbach, Germany



Платиновое сердце с 21 сапфиром
бриллиантовой огранки, 9 розовыми
и 13 белыми бриллиантами. Сделано на основе
технологии лазерной обработки GEO.2, разрабо-
танной Tom Rucker.
Tom Rucker, Sheffield, Great Britain & Tom Rucker,
с/o Platinschmiede Anton Rucker, Ottobrunn near
Munich, Germany




«Знак времен» — платиновая брошь
с бриллиантами и жемчужиной.
Брошь можно также трансформировать
в подвеску. Kurt Neukomm, Burgdorf, Switzerland



«Красная любовь» — кольцо из платины с овальным кунцитом (14.95 ct) и тремя овальными рубеллитами (58.43 ct).
Georg Spreng, Heubach, Germany
Меховой жакет: Latulle

Кажется, платина действительно появилась из сказки: тысячелетия лежащая в недрах земли, она доверяет свои секреты тем, у кого достаточно терпения и мастерства, чтобы правильно ее обработать. Только люди, обладающие такими качествами, смогут раскрыть все великолепие, скрытое в этом бархатисто мерцающем металле. Он действительно достоин сказки, в которой можно легко вообразить эльфов в зачарованной кузнице, стучащих молоточками и осторожно высекающих волшебные формы из этого редкого металла.

Платина действительно является редким металлом. Столь же редким, как и встречи с теми волшебными существами, которые, мы верим, живут среди нас веками, но никогда не являют себя людям. Как удивительно вера в них соответствует волшебному характеру этого металла! Едва ли какой-либо другой материал так идеально подходит для вечности, как платина с ее мягким белым мерцанием. Время может оставить следы на ее поверхности, но не причинит никакого вреда платине. Воздействие времени только увеличивает ее красоту, связывая воедино драгоценное украшение с его владельцем.



Платиновое кольцо и подвески с бриллиантами.
Bunz Collection, Dobel, Germany

«Капля» — платиновое кольцо с аквамарином (9.66 ct) и 922 бриллиантами (6.04 ct).
Rolf Pauly, Idar-Oberstein, Germany



«Движение» — кольцо, платина 950°. Центральный бриллиант (0.43 ct), вращающийся вокруг своей оси, и 45 закрепленных бриллиантов (0.76 ct).
Jörg Kaiser, Bischweiler, Germany



Платиновая подвеска с 25 жемчужинами и бриллиантами. Застежка из желтого золота на пяти платиновых шнурках.
Jörg Heinz, Neulingen, Germany



Было ли это Рождество или другой праздник: блестящих драгоценностей вернет воспоминание о том, с каким восторгом и волнением вы разворачивали драгоценный подарок, какой радостью искрились глаза того, кто их вам дарил.

Платина столь же разнообразна, как разнообразны сами желания: от филигранного дизайна коллекции Krieger Fine Jewellery до бриллиантового блеска, волшебных форм коллекций Christian Bauer или Bunz, сквозь искрящиеся красочные изделия Georg Spreng. Если мечты могут осуществиться, то это действительно похоже на сказку.

Кольца обручальные.
Левое: 31 бриллиант огранки «принцесса» (1.58 ct).
Правое: 18 бриллиантов огранки «багет» (1.95 ct).
Christian Bauer, Welzheim



Кольцо «Вечность», платина и бриллианты (3.62 ct).
Christian Bauer, Welzheim



Gem Visions 2009

Чем обычно все заняты в конце года? Подведением итогов, балансов и мечтами об отдыхе. И лишь немногие из нас говорят о будущем. Они просчитывают, анализируют и предсказывают, что готовит новый год.

Первыми в этом ряду стоят политики и финансисты — они так серьезны и мрачны, что слушать их нужно очень дозированно, дабы не отбить охоту к жизни. За ними стройными рядами вышагивают астрологи — их тьма, они знают все, но и они хороши в гомеопатических дозах. А хочется праздника, улыбок, суеты в магазинах, запаха мандаринов, сверкающей елки и нового платья, хочется думать о Дне влюбленных, об отпуске и подарках ко дню рождения... Для этого лучше всего заглянуть в модные тенденции грядущего года. Здесь не будет проигравших, здесь правят бал Мода и Стил. Смотрите скорее, какой яркой и красочной мир для вас открывает компания Swarovski в своем проекте GemVisions.

В течение последних нескольких лет мы наблюдали растущее влияние изобразительного искусства на ювелирные изделия в том, что касается цвета и композиции, тем и идей. Сейчас это сложное влияние особенно заметно, так что 2009 год безоговорочно выберет и прославит ювелирное изделие как истинное произведение искусства. В ознаменование своей 150-й годовщины в 2008 году Boucheron представил праздничную ювелирную коллекцию High Jewellery вместе с выставкой произведений современного искусства. В то же время последние российские ювелирные выставки указывают на скрещивание ювелирных изделий с искусством, когда украшения помещают в инсталляции, как, например, на выставке «Гильдия ювелиров России», в совместном проекте компании «Эстет» и Никаса Сафронова, где ювелирные изделия были представлены в картинах, или на проходящей сейчас в Москве выставке фотографа Владимира Клавихо. Влади-

мир представляет изысканную серию фотографий-портретов, на которых в украшениях «Ювелирного театра» изображены известные россиянки — Ольга Свиблова, Татьяна Веденеева, Айдан Салахова, Сати Спивакова и другие. Мы видим, что, как и искусство, ювелирное украшение все более рассматривается в качестве мощного средства индивидуального самовыражения, способа обращения к другим людям и общения с ними, утверждение своего места в мире. Разные исторические эпохи поднимали ювелирное украшение на новый художественный уровень: так, например, в эпоху Ренессанса ювелирное украшение было роскошным, скульптурным и вычурно символическим, а во время расцвета ар-нуво оно было преобразовано из тривиальной безделушки в серьезное, поэтическое произведение искусства символизма. Интересно отметить, что прогнозы показывают, что оба эти исторических стиля будут иметь сильное влияние на современный ювелирный дизайн и что опять, подобно этим двум эпохам, высокое мастерство, включая новые технологии, станет ключом к реализации творческих видений. К 2009 году покупатели будут ждать намного большего от ювелирного украшения, желая

каким-то образом участвовать в творческом процессе, и это станет фокусной точкой ювелирного изделия, отличительной чертой брендов. Неотъемлемой частью художественной концепции каждого ювелирного изделия, без сомнения, станет драгоценный камень. Небывалая популярность драгоценных камней, которая наблюдается в последние несколько лет, продолжает расти, растет интерес к цветным камням, особенно к редким образцам изысканных, неопределенных тонов с магической яркостью. Фокус на свете, его энергии, эмоциях, а также на способности света вызывать в воображении видения будет, вероятно, важным фактором в ювелирных украшениях на протяжении 2009 года. Создается концеп-

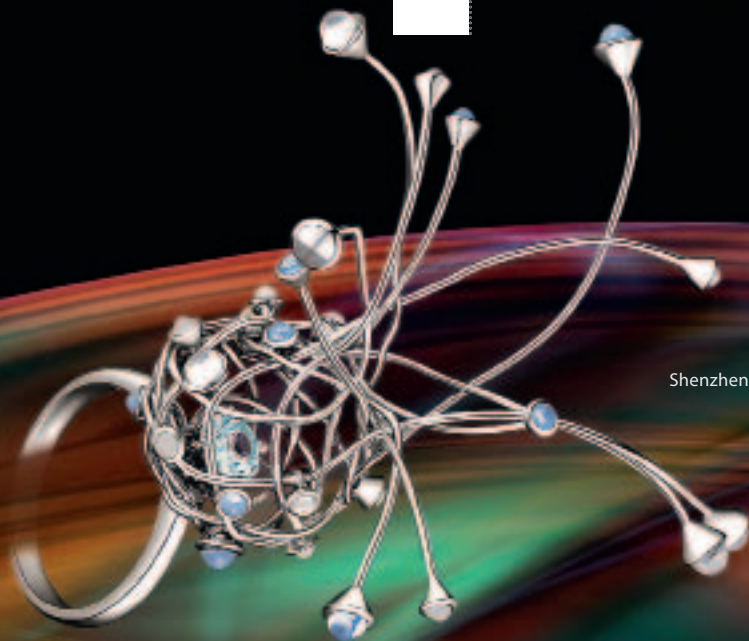
ц и а сказочного приключения, бросающая вызов классической тенденции, которая долгое время была доминирующей в стиле, и побеждающая ее. Навеянное природой настроение Origems (см. «Русский Ювелир. 2007, № 6) постепенно становится более последовательным, минималистским, оставаясь при этом чувственным, полным света и энергии, превращаясь в новый тренд *gemetic*. Романтический лейтмотив, впервые представленный в тенденциях 2007 года, также стал более прогрессивным, имеющим оригинальный дизайн, и развился в новую цветочную, мощную, ультрасовременную и неоромантическую тему этого года — *hyper Nature*. Акцент на крайне индивидуальном характере ювелирных

украшений вызывает интерес к необычным, экзотическим камням. Новое направление, определяемое этим настроением, *Precious Me*, является загадочным личным путешествием, приносящим нам восхитительные сокровища, амулетные и ритуальные реликвии завтрашнего дня. Наблюдается возвращение к классике, ее обновление; современный вариант дизайна изделий с несколькими камнями делает акцент на крупных камнях в центре. Тенденции будущего года связаны с поиском нового выразительного, насыщенного эмоциями ювелирного дизайна, способного рассказать о нашем времени будущим поколениям. Основное вдохновение — искусство. Индивидуальное и крайне самобытное украшение теперь рассматривается и ценится как истинное произведение искусства. Эмоциями пронизаны все направления 2009 года, представляя ювелирные изделия как во-

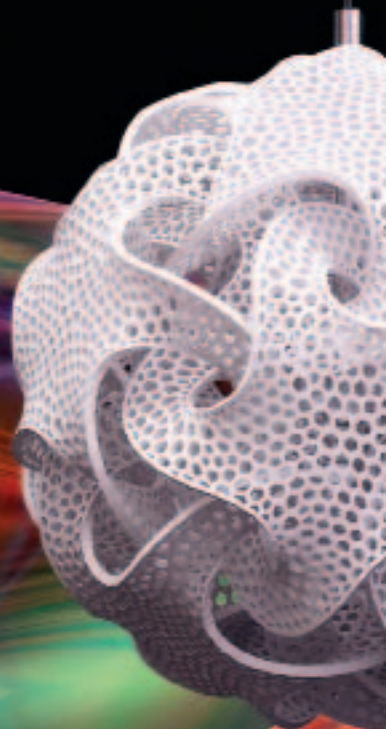
площение чувств, страсти, любви, верности, торжества и самовыражения. В новых ощущениях эмоциональной роскоши каждое украшение имеет душу.

Тренды

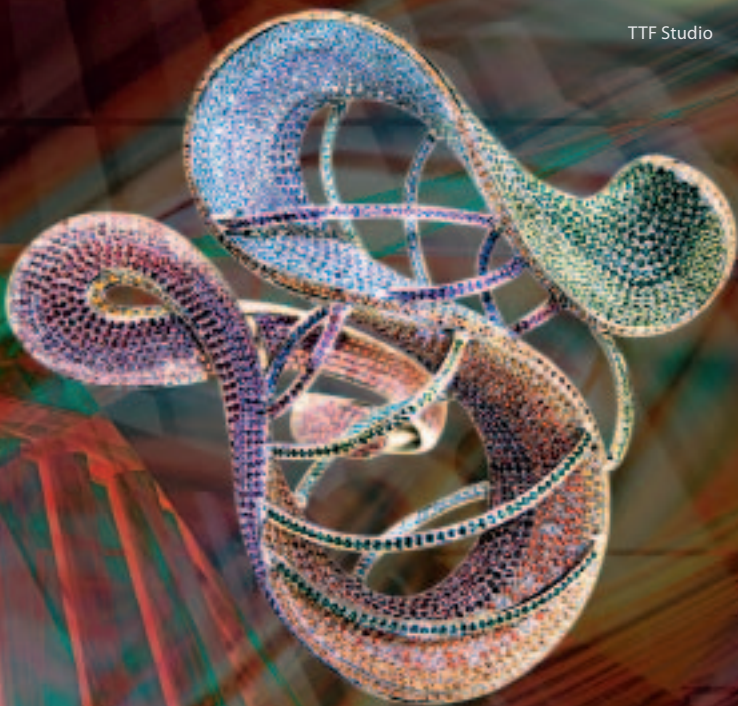
В этом номере мы представим вам два из четырех трендов наступающего года, которые были определены в ходе исследований *Gem Visions*, включающих наиболее важные направления в дизайне.



Shenzhen Yao's Jewelry, Китай

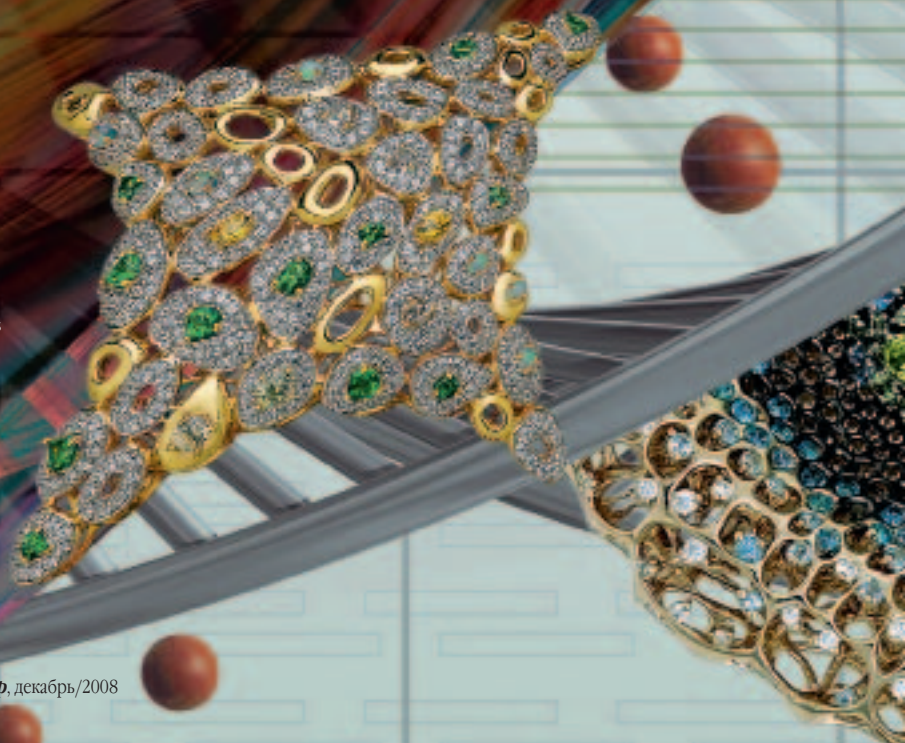


Bathsheba Grossman



TTF Studio

gem



Surya Golds



Flat Diamonds

etic

Dora Tam Design

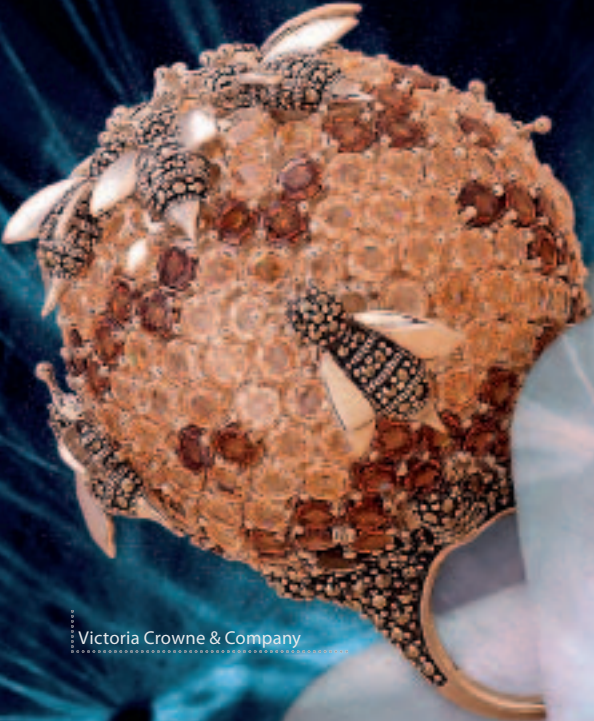
genetic

Новые рубежи экспериментальной науки, биологии и передовых биотехнологий являются основными факторами влияния на это направление дизайна; его узоры и структуры инспирированы сотообразными формами, обилием скоплений или колоний живых организмов, сферическими пузырьками и замысловатыми формами.

Наряду с поразительной чистотой формы и цвета легкость и сложность структур и организмов видоизменяются в новое кружево, в то время как форма балансирует между объемом и дематериализацией. *genetic* преувеличивает зарождение жизни, словно рассматриваемое в микроскоп, и исследует почти невидимые клетки, их колонии и структуры, сложные и хрупкие одновременно. Важны легкость и прозрачность вместе с мягкой чувственностью и неизменным вниманием к внутренней жизни камня, его природным несовершенствам и вкраплениям, которые придают каждому камню уникальную индивидуальность.

Сложный по дизайну, острый и современный, этот стиль выражает сильную чувственность, имеет скульптурные формы. Украшения крупные, объемные, непредсказуемые, привлекающие интеллектуалов, собирателей искусства, покупателей, интересующихся проблемами экологии.


Ganjam Nagappa & Son



Victoria Crowne & Company



Moragen



Jessica Fong

hyperNATURE

Тренд hyperNature непосредственно возник вследствие глубокого всеобщего интереса к миру природы и проблемам сохранения нашей планеты. Новый интерес и понимание природы, ее загадочная красота и необыкновенные диковинки, ее поразительные цвета, образы и формы, сверхъестественные и почти технологически безупречные внешне, дают множество идей, обеспечивая цельный язык дизайна, который пронизывает все отрасли дизайна, моду, интерьер, архитектуру, промышленный дизайн, аксессуары и украшения. Это реминисценция стиля ар-нуво конца XX века, когда он привнес новый поэтический взгляд на природу, испытавший в то время влияние японского искусства.

Природа во всей своей красе и жестокости является основным фактором влияния, так как эта тема принимает несентиментальный, гиперреалистический взгляд на сложности, детали цветов, листьев, веток, бутонов и живых организмов, а особенно необыкновенное своеобразие жизни подводного мира. Мотивы экзотических цветов становятся важными в растительных мотивах, переданными в постоянном волнообразном движении. Чрезвычайная стилизация естественных форм создает пугающе странные скульптурные и сверхъестественные украшения.

FNZ Jewels

hyper NATURE

Art' Orafo

представляем



CHANEL

Collection Métiers d'Art 2009

«Париж — Москва»

Несколько лет назад в Chanel было принято решение сохранить наследие уникальных ателье и мастерских, создающих вещи, которым нет равных: вышивка, изделия из перьев, цветы из ткани, украшения, обувь, головные уборы, — поддержать традиции мастерства, передать их от одного поколения другому. Благодаря этим мастерам, остающимся в тени, коллекции Chanel достигают высочайшего уровня, без них немыслим мир высокой моды.

Речь идет о таких Домах, как Desrues (бижутерия и пуговицы), Lemarié (изделия из перьев и камелии), Lesage (кружева и вышивка), Massaro (обувь), Michel (шляпы), Goossens (украшения) и Guillet (цветы). Стремясь подчеркнуть уникальность этих мастерских, сохраняющих дух высокой моды, в 2002 году Карл Лагерфельд придумал уникальную межсезонную коллекцию вне календаря недель моды. Париж, Токио, Нью-Йорк, Монако, Лондон — города, так или иначе связанные с историей Chanel, были темами этой коллекции.

Коллекция 2008 года посвящена Москве, и это не случайно: Габриэль Шанель всегда восхищалась русскими и русской культурой.

Карл Лагерфельд, в свою очередь очарованный русской культурой, неоднократно демонстрировал «русское влияние» в своих коллекциях.

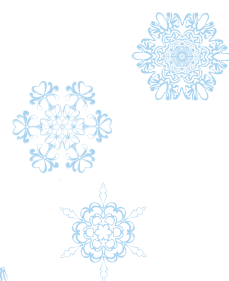
В седьмой раз представляя коллекцию Métiers d'Art, Карл Лагерфельд назначил нам встречу на 3 декабря 2008 года в театре «Ранлаг» в Париже, превращенном на один вечер в подиум. По приглашению Карла Лагерфельда на показе



присутствовали принцесса Каролина Монакская, Изабель Юппер, Марианна Фейтфул, Диана Крюгер, Анна Мугалис, Клеманс Поэзи, Эмманюэль Сенье, Амира Казар, Виржини Ледуайен и другие звезды из мира моды, кино и музыки.

В качестве увертюры к коллекции был показан фильм, снятый Карлом Лагерфельдом в стилистике немого кино, о романе Коко и великого князя Дмитрия, двоюродного брата Николая II.

Под маршевую музыку начинается показ коллекции, и модели выходят размеренным шагом. Карл Лагерфельд снова блестяще интерпретирует коды Chanel и сочетает их с золотом Российской империи, эстетикой конструктивизма и традициями русского фольклора. Вышивка на кашемире, золотой твид, тафта, шелк — все материалы образуют единую роскошную картину. Пропорции играют на контрастах, разная длина, объемы и многослойность сочетаются, казалось бы, в несочетаемом. Вышивки украшают платья, блузы, узкие рединготы, рукава и подолы. Расшитые отложные воротники и рюши на рукавах. Аксес-





суары выходят на первый план. Гигантские кресты, усыпанные цветными камнями, украшают шапки и декольте. Ремни с драгоценными пряжками присутствуют почти в каждом наряде.

Византийские броши, широкие браслеты, головные уборы и кокошники с жемчужными нитями и украшениями, вплетенными в волосы, притягивают взгляды. Туфли и сапоги поражают неожиданными находками. Прически и макияж моделей, большинство из которых русские, вдохновлены представлениями о славянской красоте.

Любовь с первого взгляда

Надевая обручальные кольца, жених и невеста клянутся в вечной любви и верности друг другу. Этот обряд существует уже тысячелетия и пришел к нам из Древнего Египта. Были разными кольца: серебряные, золотые, с камнями и без, неизменными остаются только наши чувства: бесконечная любовь и верность. Мы представляем вам последние коллекции известных мировых брендов.



HARRY WINSTON

Иметь обручальные кольца HARRY WINSTON — значит становиться частью легенды, связанной с самыми важными драгоценностями, когда-либо сделанными. Каждый бриллиант HARRY WINSTON тщательно отобран из тысячи камней. Коллекция «Безумная Любовь» — подлинное произведение искусства.



DE BEERS

Волшебный подарок из недр земли. Классические обручальные кольца фирмы de Beers всегда актуальны и всегда в моде. Чистые линии, изящные формы и крупный бриллиант символизируют прошлое, настоящее и яркую совместную жизнь в будущем.



VAN CLEEF & ARPELS

Символ света и жизни, вечной любви, искренности и чистоты простое и изящное кольцо с маленькой монограммой VCA — воплощение мечты любой невесты.



CHANEL JOAILLERIE

Союз платины и бриллиантов начался с роскошной броши, разработанной Coco Chanel в 1932 году. Традиция продолжается и сегодня созданием обручальных колец оригинальным дизайном: альянс кометы и звезды.



NIESSING

С 1873 г. Niessing производит драгоценности, известные превосходным современным и экспериментальным дизайном. Коллекции обручальных колец радуют глаза не только своих владельцев, но и многих посетителей престижных музеев мира, где они представлены как признанные произведения искусства.



CARTIER

Дом Cartier был одним из первых, который начал работать с платиной. Сегодня Cartier — это знак превосходного мастерства, а обручальные кольца — современный талисман, символ страсти и преданности.



PIAGET

Новый подход к классическим обручальным кольцам: простые, лаконичные и технически совершенные. Любовь навсегда — для него, для нее, для Вечности.



ASPREY

Для британцев эта марка является синонимом безупречного вкуса. Компания, основанная более двухсот лет назад, имеет давние связи с королевской семьей, принцами, политическими деятелями, дипломатами и знаменитостями. Клятва в вечной любви с обручальными кольцами Asprey демонстрирует Ваше предпочтение традициям, качеству и изяществу стиля.

GRAFF

«Бриллианты — это моя жизнь: я родился, чтобы быть с ними», — сказал Laurence Graff. Его драгоценности исключительны и по стилю, и по качеству. Обручальное кольцо Graff — это сокровище, возвеличивающее обладателя, это семейная реликвия, передаваемая по наследству.

ESCADA

Романтизм и вечность в сверкающей коллекции обручальных колец. Для невесты, которая хочет почувствовать себя принцессой в свадебный день, есть платиновая диадема с бриллиантом в центре и двумя сердцами, созданными из маленьких алмазов, с обеих сторон.



GUCCI

Свадебная коллекция Gucci уникальна: платина и редкие камни делают обручальные кольца символом Вечной Любви.



GARRARD

Почти три столетия фирма Garrard создает обручальные кольца для многих британских аристократов и членов королевской семьи. Сплетение классики и современности: традиционные мотивы, такие как геральдическая лилия, цветок лотоса и корона, чередуются с более современными асимметричными и изящно переплетенными элементами.

MIKIMOTO

Жемчуг, как и бриллиант, идеально подходит для свадебных торжеств. Старинные методы работы, используемые мастерами компании MIKIMOTO, позволяют соединить в одном кольце самый твердый камень с тонким и хрупким жемчугом. Исключительная коллекция из самого красивого жемчуга в мире.

TIFFANY & Co

Обручальные кольца TIFFANY & Co — это вершина мастерства и стиля. Роскошные бриллианты обрамлены платиной необычайно мягких и изящных форм. Сердца женщин всего мира отданы этим шедеврам, знакам Верности и Любви.

BOUCHERON

Больше ста пятидесяти лет фирма Boucheron создает драгоценности в честь Любви. Уникальные камни в украшениях — это не просто драгоценные камни, это символы счастья, прочного союза и вечной Любви.

ROSATO

Яркие, сочные, веселые украшения от компании Rosato поднимают настроение и привлекают взгляд. Забавные новогодние подвески из золота с эмалями и тремя бриллиантками — прекрасный подарок детям к Новому году и Рождеству.



Браслеты из «городской коллекции» словно приглашают вас отправиться в бесконечное кругосветное путешествие. После Парижа, Милана и Нью-Йорка коллекции будут показаны в Лондоне, Рио-де-Жанейро и Дубае. Этим городам и посвящены новые браслеты Rosato. Лейтмотив в них всегда один и тот же: воплощение различных стилей, миров и чувств в замечательные драгоценности — маленькие подарки, сбывшиеся мечты. Подвески, украшенные красочными эмалями, превращаются в определенные символы, красивые и изящные. Притягательный и неотразимый браслет «Лондон» передает характер этого большого города, столь современного и все же очень бережно хранящего традиции прошлого, от монархии до чая; город — законодатель мод, способный придать очарование даже скучному дождю!! А «Рио-де-Жанейро»? Букет подвесок, полный музыки, солнца, цвета и веселья. Драгоценности с властью амулетов и силой иронии. Драгоценности, которые околдовывают. И наконец «Дубай», сенсация в этой невероятной поездке. Со-

временный город, где различные культуры сосуществуют в гармонии. Rosato посвящает этому городу браслет с забавными подвесками, отражающими не только любовь к традициям (например, подвеска в виде изящно украшенных шлепанцев), но и истинные символы Дубая — золото и нефть.

В 2009 году ELIZABETH HURLEY будет лицом рекламной кампании Rosato. Она представит новый мир Rosato. Мир великолепных драгоценностей, столь разнообразных и уникальных, мир изделий, передающих сильные эмоции через чистоту золота, волшебство драгоценных камней и блеск эмали. Яркий букет коллекций для всех типов женщин!





Механика развлечений

Кто сказал, что часы должны в первую очередь показывать время? Это их назначение уже давно стало анахронизмом, а сами приборы превратились в модный дорогой аксессуар. Однако тенденция очевидна: часы все больше удаляются от чисто дизайнерской «игрушки» к изощренной механике. Впрочем, это очень особая, временами довольно неожиданная механика.



Центр преобразования

Интересно, что сегодня за обилием брендов, трендов и сенсационных новинок уже становится трудно вспомнить, а что такое по сути часовой механизм, каков его принцип работы.

Все знают, что сам «принцип маятника» открыл Галилео Галилей, а на его основе чуть позже голландский физик Кристиан Гюйгенс создал первый маятниковый баланс: устройство, которое своим качанием (или полук колебаниями, как называют их часовые мастера) сдерживает энергию раскручиваемой заводной пружины, превращая ее в строго дозированный равномерный импульс, заставляющий вращаться колеса с заданной скоростью. Секундное колесо, таким образом, совершает один оборот за минуту, минутное — оборот за час, а часовое за 12 или 24 часа, в зависимости от выбранной шкалы времени.

Собственно говоря, получается, что главное назначение баланса даже не в том, чтобы осуществлять заданную скорость вращения колес, а в том, чтобы превращать мощную энергию взведенной пружины в красивое равномерное движение. Подобными «распределительными» устройствами во времена царствования механики были оснащены и всевозможные музыкальные шкатулки, и автоматы с подвижными человечками, и, конечно же, граммофоны — еще одно гениальное механическое изобретение, работающее от пружины.

Кстати говоря, именно сегодня в эпоху всеобщей экспансии трэ активна возвращается мода на граммофоны и патефоны и любые музыкальные аппараты, работающие без электричества, исключительно на собственном заводе. Почему? Просто потому



что они очень просты и понятны, а главное, зрелищны. Вращать ручку и ставить пластинку — это совсем не то же самое, что нажать на кнопку «play».

То же самое можно сказать и о часах. Если еще пять лет назад главное, что требовали большинство производителей, — это миниатюрный и тонкий кварцевый механизм, чтобы «пристроить» его в самое невероятное по форме и дизайну произведение, напоминающее часы, то сегодня акцент решительно сместился. Механизм — это и есть самое интересное и зрелищное в часах, а дизайн корпуса является лишь его продолжением, если не прямым следствием.

Причем функция определения времени по-прежнему играет в часах далеко не главную роль. А на первый план выдвинута функция баланса как распределительного механизма, превращающего часы в настоящий наручный театр. И именно в этом направлении — своеобразной «развлекательной» механики каждый год появляется все больше интересных новинок.

Виртуальный мир

В парижском ювелирно-часовом доме Van Cleef & Arpels, который с полным правом можно назвать гуру развлекательной механики, под большим секретом показывают «кое-что прекрасное» — новую модель довольно внушительного диаметра 44 мм, чей

круглый циферблат усыпан изысканными красными цветами клевера (символом марки). Цветы миниатюрные, изготовлены с поразительной тщательностью, лепесток к лепестку, а если завести механизм, то они все... начинают вращаться. Эффект совершенно потрясающий.

Это пока что прототип, просто роскошная идея, но если она будет воплощена в финальном варианте, можно не сомневаться, желающие стать обладателями этого механического шедевра выстроятся в очередь.

Президент Van Cleef Станислас де Керси объясняет: «Да, именно таков наш взгляд на время. Часы, минуты — все это не слишком интересно, мы используем часовую механику, чтобы создавать красивые подвижные картины. Как известно, в этом марка преуспела в полной мере. Модель Four Seasons, в которой циферблат с эмальерной росписью совершал полный оборот в течение года,



демонстрируя смену четырех сезонов, стал сенсацией 2007 года, а автор этого самого модуля из двух дисков Жан-Марк Видеррехт, между прочим, в том же году был назван „лучшим часовым изобретателем“ на Grand Prix d'Horlogerie de Geneve. Через год „Сезоны“ получили продолжение в виде Fieric, где вместо пейзажей времени года показывали четыре девушки-феи. Однако один оборот за год — это, согласитесь, слишком долго. Поэтому Van Cleef снабдил диск дополни-





тельной головкой, чтобы его можно было вращать автономно и показывать друзьям всю красоту рисунка циферблата».

Неудивительно, что в итоге в компании решили, что процесс надо как-то ускорить. И вот премьера SIHH этого года: Une Journee a Paris — часы, предлагающие в течение дня совершить виртуальную прогулку по Парижу. Теперь на диске, совершающим визуальную эффектный оборот уже за сутки, изображены самые известные места столицы красоты в сочетании с силуэтами прогуливающихся девушек, выполненными из белого или розового золота. День часы начинаются в садах Тюильри, затем прогулка по городу продолжается на острове Сите, в Лувре, на Авеню Монтань, проходит мимо Гранд-опера... В прошлом году ювелирный дом уже запечатлел вращающуюся карту звездного неба над Парижем, теперь пришла очередь земной географии города — так постепенно благодаря Van Cleef & Arpels становится возможно увидеть два Парижа. Реальный и сквозь призму часовой механики. Une Journee a Paris выпущена тиражом всего в 80 экземпляров в корпусе из белого или

розового золота и украшена бриллиантами и рубинами.

Между прочим, на нее по стилю очень похожа другая ювелирно-часовая новинка этой зимы — Audemars Piguet Millenary Precieuse Collection. И хотя перламутровые диски, «нахлестывающие» друг на друга и частично на ремешок, здесь не вращаются, тренд наступающего года очевиден — гипнотические круги, диски и овалы станут основой дизайна большинства часовых моделей.

Под колесами любви

Но самой излюбленной для часовых инженеров женской темой все-таки является тема признания в любви. Тем более что трепетная пружина баланса так и напрашивается на сравнение с бьющимся сердцем — неслучайно даже сама опция открытого баланса на циферблате по-английски называется Heart Beat.

И так же называется последняя коллекция Frederique Constant, где окошко, открывающее взгяду узел баланс-спирали, вырезано в виде романтического сердца, украшенного бриллиантами.

Создавать специальную «романтическую» механику стало обязательным трендом, особенно в преддверии наступающих праздников (с Рождества и до марта). Если раньше всего одна-две марки представляли коллекции в честь дня Св. Валентина, то теперь эти модели, актуальные и в марте (и всегда!), не менее интересны, чем обязательные новинки, представляемые к Базелю.

Например, новый женский хронограф Blancpain Saint Valentine 2009, выпущенный тиражом в 99 экземпляров. Помимо секунд-

ного циферблата в виде сердца, выложенного из рубинов на перламутре, он обладает поистине раритетным механизмом. Калибр F185 — это первый в мировой истории сверхтонкий калибр хронографа с мгновенным обнулением, созданный специально для женщин. Его премьера состоялась в 1998 году, и теперь у прекрасных дам появился второй шанс стать обладательницей этого коллекционного раритета.

Piaget, получившая награду за лучшие дизайнерские часы для своей модели Magic Hours (и это тоже механика развлечения, правда, в данном случае в виде подвижного модуля корпуса), также приготовила великолепный подарок «с секретом» для влюбленных: часы Limelight Love Letter, где корпус сделан в виде запечатанного письма. Чтобы узнать время, нужно открыть верхнюю часть корпуса из белого золота, украшенного 130 бриллиантами, и прочитать признание в любви.

И совсем ярко обыграна тема сердец и хронографов в модели Leon Hatot, которая так и называется Chronolove: в ней три счетчика соединены в символ сердца, накладываясь друг на друга.

Если подумать, то соединить часовой механизм с известной мантрой «Любит-не любит» и сделать соответствующую модель — всего лишь вопрос времени.

Механика и Мечты

Время по-настоящему магической, волшебной механики, открывающей гипнотизирующую красоту вращения колес, только наступает. И скоро можно ожидать появления поистине революционных изобретений, не связанных с точностью хода или другими практическими вопросами.

Например, по этику часового механизма уже изобразил сам Дэвид Линч в своей инсталляции «Бриллианты, Золото и Мечты», посвященной Cartier. Посетитель будто оказывается внутри вращающейся сферы из света и золота, где каждый час появляется парящая проекция бриллианта.

Фантазии Линча всегда отличались особой поэтичной эстетикой, но кто знает, может быть, уже совсем скоро «Бриллианты, Золото и Мечты» станут темой новой ювелирно-механической фантазии самой Cartier, которую можно будет надеть на руку.

Ли́за Епи́фанова



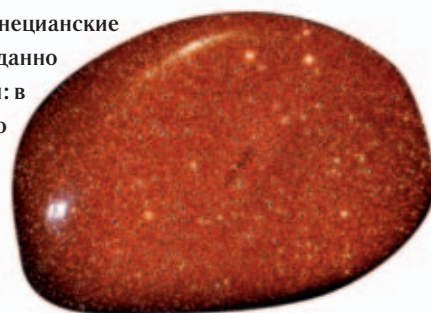
Солнечные камни

Камни чистых золотистых тонов исключительно редки, в то время как желто-бурые образцы с переходами в винно-бурые тона встречаются повсеместно и, как правило, относительно дешевы. По-настоящему «золотые» минералы — это, прежде всего, редкой красоты ярко-желтые алмазы Южной Африки, переливающиеся желтые топазы Бразилии, цейлонские хризобериллы и, конечно, ни с чем не сравнимые солнечные гелиодоры Намибии. Такие камни изощренные эстеты очень точно сравнивают с молодым искрящимся виноградным вином.

Авантюрин

- Химический состав: разновидность кварца SiO_2 .
- Цвет: зеленый, золотисто- и красновато-коричневый, оранжевый с мерцанием.
- Твердость: 6–7.
- Основные месторождения: Южный Урал, Алтай (Россия), Индия, США, Китай, Норвегия, Бразилия, Финляндия, Испания, Канада, Казахстан, Германия, Франция.

По преданию, в XVI веке венецианские стеклодувы совершенно неожиданно получили имитацию этого камня: в расплавленное стекло случайно попали медные опилки. В результате неожиданно (per aventura) получилось необычное искри-





камнями. Причем в то время как рыночные зазывалы воспевали «нежную красоту» небесно-голубой бирюзы, «утреннюю зарю» аметистови «пронзительно-жаркий огонь» кроваво-красного лала, авантюрин никогда не выставлялся на всеобщее обозрение. Им торговали заклинатели змей и фокусники. Они не навязывали свой товар покупателям, а лишь загадочно улыбались: «Возьмешь — не пожалеешь!» В России авантюрин начали добывать в промышленном масштабе на

Урале в 1810 году. Добыча его велась и во времена императрицы Екатерины II, но с конца XIX века резко сократилась в связи с получением в Италии искусственно-го авантюринового стекла.

Из природного авантюрина чаще всего изготавливали вазочки, подсвечники, печатки, ручки ножей, вилок, маникюрных инструментов. Наиболее красивые образцы использовались для вставок в кольца, броши, серьги или запонки. Изделия, как правило, создавались небольшие, так как декоративные участки кварцита имеют очень небольшие размеры (обычно это полосы шириной 10–15 см). Настоящий уник экспонируется в Эрмитаже: ваза из светлого авантюрина высотой 146 см с шириной чаши 246 см (и все же в основной массе без «блесток»), а в Павловском дворце-музее под Петербургом хранится ее копия из того же материала высотой 125 см.

Что касается авантюринового стекла, то на сегодняшний день существует целый ряд технологий его получения. При этом довольно часто оно продается под названием «авантюрин». Один из способов был разработан в Петербурге в Технологическом институте в конце XIX века: в расплавленную стеклянную массу добавлялись оксиды меди и железа (красно-бурый «авантюрин»), оксиды хрома (зеленый), оксиды кобальта (синий). Технология получения таких сте-

кол довольно сложна. Однако отличаются они от природного авантюрина значительно меньшей твердостью и исключительной симметрией включений медной стружки.

Янтарь

- Химический состав: $C_{10}H_{16}O$.
- Цвет: от белого до черного.
- Твердость 2.
- Основные месторождения: Прибалтика, Венесуэла, Россия, Румыния, Бирма, Доминиканская Республика.

Солнечный камень, лучистый самоцвет, дитя моря — так называют его. Сколько бытовало названий этого камня, пожалуй, столько за всю его историю существовало и предположений, что такое янтарь. Одни считали, что это некое вещество, образующееся под воздействием солнечных лучей виле, другие — что продукт, образующийся из китовой амбры или слез птиц, третьи — что это ископаемое вещество, воск лесных муравьев, мед диких пчел и даже морская пена, засохшая на солнце. Предположение о том, что янтарь — затвердевшая смола деревьев, доказал еще древний римский ученый Плиний Старший.

Янтарь — окаменевшая смола хвойных деревьев, которые главным образом росли на побережье Балтийского моря 35–40 миллионов лет назад. Это минерал растительного происхождения. Для ученых он стал интереснейшим научным материалом, рассказывающим об истории Земли, о ее древнейшей флоре и фауне. Тогда же он стал прекраснейшим материалом для изготовления амулетов, сувениров и ювелирных украшений.

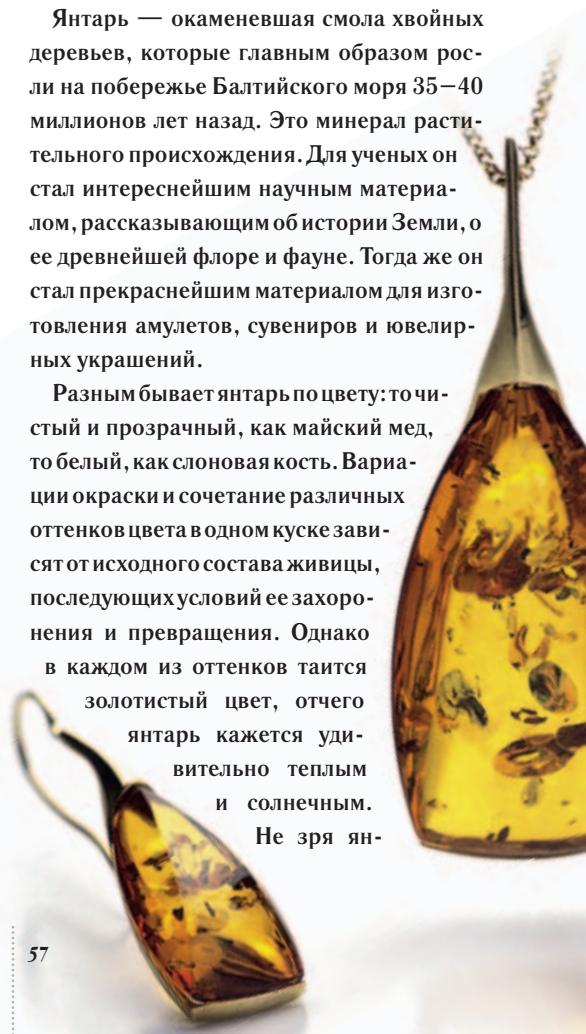
Разным бывает янтарь по цвету: то чистый и прозрачный, как майский мед, то белый, как слоновая кость. Вариации окраски и сочетание различных оттенков цвета в одном куске зависят от исходного состава живицы, последующих условий ее захоронения и превращения. Однако в каждом из оттенков таится золотистый цвет, отчего янтарь кажется удивительно теплым и солнечным.

Не зря ян-

стое стекло. По другой версии, первоначальные находки этого камня навели горщиков на мысль, что посчастливилось обнаружить крупные вкрапления золота в кварце.

Минералогически авантюрин представляет собой мелкозернистый кварц с просвечивающимися из глубины блестками — мельчайшими включениями чешуек окислов, слюды, самородной меди или гидроокислов железа (гематит, магнетит, гетит, ильменит). Эти включения дают минералу красновато-оранжевое и золотое мерцание, поэтому его иногда называют солнечным камнем, гелиолитом, златоискром или искряком. А включения некоторых видов слюды (к примеру, фуксита) придают зеленое свечение.

Предположительно, в Европу камень завезли торговцы индийскими драгоценными



тарь называют «кусочком солнца на ладони».

Одно из прочих важнейших достоинств янтаря — его прозрачность, чистота, светопроницаемость. Прозрачность зависит от наличия в камне «пустот» (воздушных пузырьков), от характерных структур, окраски, механических примесей. Прозрачный соломенно-желтый янтарь или совершенно не содержит пузырьков, или же пузырьки настолько крупные, что практически не влияют на прозрачность. Со времен глубокой древности ценился мутный янтарь, считалось, что он содержит меньше примесей и потому обладает наилучшими целебными свойствами. Это янтарь с высоким содержанием янтарной кислоты.

Желтая смола в древности использовалась греками как лак. Янтарь в основном применялся для изготовления мундштуков курительных трубок, ожерелий, ручек зонтов и некоторых художественных изделий. Благодаря таким его свойствам, как мягкость и вязкость, янтарь легко обрабатывается, не раскалываясь, легко поддается полировке и довольно хорошо ее сохраняет.

При этом только небольшая часть добываемого янтаря пригодна для изготовления ювелирных и сувенирных изделий. Мелкий янтарь, составляющий 90% от добычи, идет на переработку: незагрязненный — на облагораживание (прессование), остальной — на химическую переработку.

В качестве имитаций янтаря используются различные пластмассы (бакелит, бернат и др.). Однако его всегда можно легко отличить по более низкой плотности: он останется на плаву в соленой воде. Кроме того, янтарь может имитироваться

«неископаемой»

молодой смолой. Она менее твердая, и внешний вид, как правило, быстро портится.

Облагораживание. При помощи нагревания из более светлого янтаря можно получить более темный или имитировать «антикварный» янтарь. Некоторые образцы янтаря могут темнеть сами из-за окисления на воздухе. Эффект «солнечных лучей» в янтаре также можно получить при помощи нагревания в масле. Светлый янтарь может быть искусственно окрашен, или затемнен, что легко различимо под увеличением, или покрыт лаком.

Одно время часто использовали фольгу для покрытия задней стороны янтаря для лучшего отражения света. Использовалась также цветная фольга для улучшения цвета. А чтобы избавиться от газовых включений, из-за которых янтарь кажется мутным, его следует медленно нагревать в рапсовом, льняном маслах или жире (об этом писал уже Плиний 2000 лет назад) или даже в сухом состоянии, а затем так же медленно охлаждать в течение нескольких дней, чтобы избежать появления трещин.

Кварц-волосатик

- Химический состав: SiO_2 .
- Цвет: бесцветный с золотистыми, черными включениями.
- Твердость: 7.
- Основные месторождения: Бразилия, Венгрия, Мадагаскар, Шри-Ланка, Россия и др.

Однажды богиня любви Венера потеряла прядь своих золотистых волос, купаясь в горном источнике. Заметив пропажу, богиня вернулась назад и обнаружила, что вода в источнике замерзла. Волосы в воде выглядели очень красиво. И дабы люди не могли посягать на божественные волосы, она превратила замерзшую воду в камень. С тех пор люди часто находили замерзший лед, хранящий волосы Венеры. Такова легенда о происхождении одной из самых популярных сегодня разновидностей кварца с негнотивальным прозвищем «волосатик». В рейтинге самых



оригинальных этот камень по праву занимает одну из лидирующих позиций.

То ли золото в камне, то ли камень в золоте — загадку придется решать долго. Но очевиден тот факт, что даже самый консервативный почитатель желтого металла не откажется принять в свою коллекцию этого гостя из семьи кварцевых минералов.

Камень является разновидностью горного хрусталя с вросшими тончайшими кристаллами рутила, шерла и других минералов. Он был весьма популярен в России в XVII веке, его называли «моховым хрусталем». В Западной Европе он был известен по вышеупомянутой древнегреческой легенде как «камень с волосом Венеры».

В кварце-волосатике рутил присутствует в виде тонких длинных золотистых игл и пучков, которые при ярком солнечном освещении мерцают и искрятся, создавая эффект золота в камне. Иногда его называли «игольчатым» или «ежиным камнем».

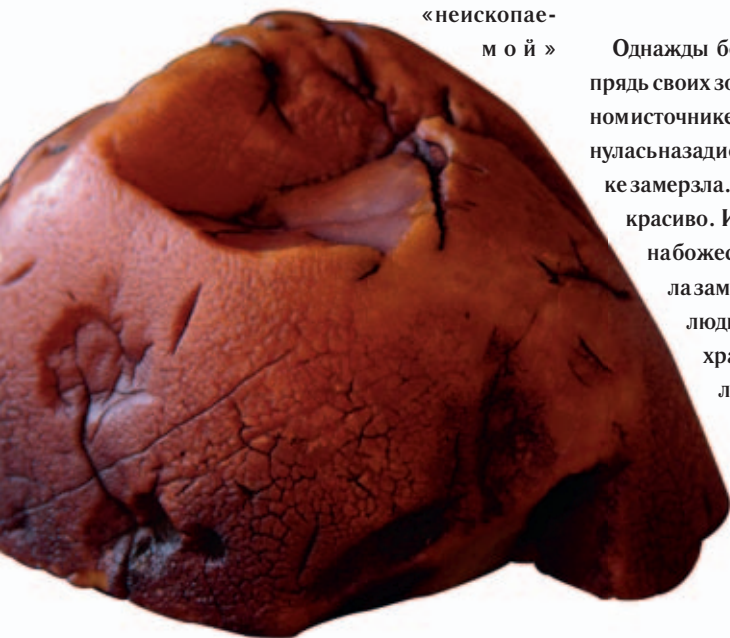
Волосатик — оригинальная вставка для украшений в любой коллекции. Традиционная для камня форма обработки — кабашон. Нередко кварц с включениями гранат, создавая из них всевозможные «рисунки» (главная цель — нарисовать «звезду»).

Волосатик ювелирного качества в виде крупных (до 20–30 см) кристаллов кварца с обильными включениями рутила добывают в большом количестве в Бразилии и на Приполярном Урале. Некоторые из таких кристаллов высоко ценятся как коллекционный материал. Волосатик с включениями чернотурмалина встречается на Северном Урале, в Бразилии, в Пакистане; с гетитом — в Прибалхашье (южный Казахстан).

Пирит

- Химический состав: FeS_2 .
- Цвет: золотой.
- Твердость: 6,5.
- Основные месторождения: Россия, Норвегия, Швеция, Франция, Германия, Азербайджан, США.

Пирит — от греческого *pyrites lithos* — «камень, высекающий огонь» — самый распространенный земной коры сульфид. Пожалуй, самый правдоподобный камень из категории «золотых». Другие назва-



- ♦ Калиброванные ювелирные вставки из драгоценных, полудрагоценных и синтетических камней
- ♦ Жемчуг морской и пресноводный любых форм, цветов и размеров
- ♦ Европейская машинная бриллиантовая огранка фианитов
- ♦ Кабошоны из коралла, бирюзы и благородного опала
- ♦ Перламутр различных форм, размеров и цветов
- ♦ Сырье полудрагоценных поделочных и синтетических камней

МОСКВА
115419, Москва,
ул. Орджоникидзе, 11, стр. 1/2.
тел. (495) 730 00 46, факс (495) 730 30 36
e-mail: sales@rusgems.ru
office@rusgems.ru
www.rusgems.ru

САНКТ – ПЕТЕРБУРГ
ООО «Балтийские Самоцветы»
197022, Санкт-Петербург,
ПС. Большой проспект, 100, оф. 623
тел./ факс: (812) 335-5569
e-mail: sales@rusgems.spb.ru



реклама


RUS GEMS



ЮВЕЛИРНЫЕ КАМНИ. ЛЮБЫЕ. ВСЕГДА

КАЧЕСТВО



111116, Россия, Москва, а/я 4
Авиамоторная ул., д. 4, корп. 3
тел.: (495) 223-9292 (многоканальный)
факс: (495) 362-5325
e-mail: moskva@crystalit.ru

156000, Россия, г. Кострома
ул. Советская, д. 134/10
тел.: (4942) 32-12-81
факс: (4942) 32-55-62
e-mail: kostroma@crystalit.ru

157940, Россия, Костромская обл.
пгт. Красное-на-Волге
ул. Луначарского, д. 2А, ТД «Метро»
тел.: (49432) 2-10-83, факс: (49432) 3-10-80
e-mail: krasnoe@crystalit.ru

AUTHORIZED DISTRIBUTOR
ENLIGHT
SWAROVSKI ELEMENTS



ния его разновидностей: «кошачье золото», «золото дурака», «железный колчедан», «марказит», «бравойт». Геммологи определяют его цвет как светлый латунно- и золотисто-желтый, напоминающий золото или халькопирит. При этом иногда минерал действительно содержит микроскопические включения золота.

Пирит широко распространен на рудных месторождениях. Однако плотный материал, пригодный для получения кабошонов и ограненных камней, малодоступен. В большинстве образцов много внутренних дефектов, включений других сульфидных минералов и трещинок, из-за которых при ударах материал может разрушиться.

Тем не менее с древности пирит используется для изготовления украшений. Иногда в украшениях вставляют вырезанные щеточки пирита, но чаще его кабошонируют. Пирит очень популярен среди коллекционеров горных пород за свои природные эстетичные формы и яркий блеск.

При этом обыватель может запросто спутать его с золотым самородком.

Месторождения пирита разрабатывают преимущественно

для извлечения содержащихся в нем примесей: золота, кобальта, никеля, меди. При этом, если никеля в минерале больше, чем железа, его называют бравойтом. А окисляясь, пирит переходит в лимонит (железо).

С промышленной точки зрения пирит — важнейшее сырье для производства серной кислоты. Получаемые при этом остаточные продукты окислительного обжига — пиритные огарки используются главным образом в производстве бетона.

Гелиодор

- Химический состав: разновидность берилла, $\text{Be}_3\text{Al}_2\text{Si}_6\text{O}_{18}$.
- Цвет: золотистый.
- Твердость: 7,5.
- Основные месторождения: Мадагаскар, Бразилия, США, Украина, Россия.

Тот самый камень, что непременно следует надеть под звон новогодних бокалов с шампанским! Как был выращен под французским небом белый вино-

град, так был согрет южно-африканским солнцем этот удивительно чистый и прозрачный золотистый самоцвет. «Дар Солнца» — именно так с греческого переводится название одной из драгоценных разновидностей берилла — гелиодора.

Впервые так были названы ярко-желтые бериллы, найденные в Намибии. Такие же камни из других мест называли «гольдберилл», «золотой» или «золотистый берилл». При этом гелиодором называется именно золотистая разновидность берилла различной интенсивности и оттенков: желтого, зеленовато-желтого, оранжевого. Если же камень не включает в себя чисто-золотистые тона, то такой берилл выделяют в отдельную разновидность — желтый берилл.

Золотисто-желтая окраска гелиодора связана с присутствием в нем в основном трехвалентного железа. Если часть двухвалентного железа в бериллах превратить с помощью радиоактивного облучения в трехвалентное, то можно придать им гелиодоровую окраску. Вообще, существует целая гамма переходов от берилла к гелиодору — через желтовато-зеленые разновидности, напоминающие цвет только что распустившейся листвы, до бледных соломенно-желтых, золотистых и густо-окрашенных медово-желтых камней.

Собственно бериллы — это Be-Al-силикаты. Чистый берилл — бесцветный, его сложная структура практически всегда содержит примеси элементов, которые и придают ему цвет: зеленый, желтый, розовый или голубой.

Гелиодоры часто отличаются исключительной чистотой и прозрачностью, хотя в них возможны включения в форме мелких параллельных трубочек, снижающих прозрачность блеска камней. Кристаллы гелиодора, как и других разновидностей берилла, часто очень изящны: основная их форма — удлиненная шестигранная призма, иногда со сложными, многогранными головками. Этот камень обладает достаточно высокой твердостью — 7,5 по шкале Мооса, что вполне достаточно для долгой жизни ограненных камней в ювелирных изделиях.

Виктория Михальченко

Стр. 57. Подвеска и серьги Sage Amber
Стр. 61. Кольцо Graff



HD – новое поколение модельных материалов и новая система тиражирования моделей

Производство восковок из традиционного инъекционного материала в ювелирной промышленности сопряжено с целым рядом характерных проблем. К ним относятся, например, неполная инъекция воска, след от формы, усадка, повреждения, искривление и неровность поверхности.

Сюда же можно добавить сложность процессов и необходимость повышенных затрат времени на инъекцию воска, реинъекцию, восстановление и отделку образцов.

Недостатки и ограничения традиционных технологий привели к разработке и созданию жидких HD-полимеров, которые полностью заменяют традиционный воск в качестве модельного материала.

Затвердевание полимеров происходит под действием света определенной длины волны.



Характеристики HD-материалов

Обладают непревзойденной точностью – позволяют изготавливать образцы с высочайшим пространственным разрешением и детализацией, что до сих пор оказывалось возможным в дорогих металлических формах (и далеко не всегда).

Обладают повышенной текучестью – быстро и без труда заполняют форму.

Обладают хорошей гибкостью – затвердевшие образцы обладают памятью формы, что позволяет извлекать их без повреждений.

Достаточно прочны и долговечны – образцы из HD-материалов обладают необходимой прочностью и могут храниться в заготовках очень долгое время.

Совместимы с восковыми составами – позволяют использовать воск для подгонки или отделки без риска расплавить образец.

Экономичны – отходы производства практически отсутствуют, по сравнению с технологиями на воске.

Преимущества HD-материалов

Минимальная усадка – позволяет сохранять размеры камня и оправок неизменными в процессе обработки, от формирования, до плавки и отделки.

Обладают непревзойденным пространственным разрешением – с помощью HD-материалов можно заполнять даже самые тонкие формы.

Отсутствие коробления плоских поверхностей – HD-материалы обеспечивают после остывания абсолютно ровную поверхность.

Не требуют тяжелых форм – HD-материалы не нагружают форму при заполнении.

Не дают искажений – за счет большей плотности, по сравнению с воском, HD-материалы более равномерно заполняют форму снизу и сверху без дополнительного давления, что предотвращает возникновение искажений.

Точный вес – в отличие от восковых образцов HD-материалы дают более точные заготовки в плане разброса по весу.

Не требует глубокого опыта – по сравнению с восковой технологией, требующей на ее основательное освоение несколько лет, технология HD позволяет получать хорошие результаты сразу (!)



HD PATTERN
High Definition Pattern System

Система HD-MD: смеситель и дозирующее устройство

Система HD-MD представляет собой смеситель и дозирующее устройство, предназначенные для равномерного смешивания и точного дозирования двухкомпонентных жидкостей/смол и отливаемых адгезионных смесей: силикон, полиуретан.



Вулканизатор HD-PV

Система HD-PV предназначена для вулканизации прозрачных силиконовых форм под воздействием давления и температуры. Система позволяет снизить время вулканизации с 20 часов при комнатной температуре (23°C) до 3-х часов на 10 форм (18 минут на каждую форму).



HD-ICC: Инжектор с камерой для выдержки образцов под давлением

Система HD-ICC вводит HD-материалы (компоненты высокой четкости) в прозрачную силиконовую форму, после чего заполненная форма помещается в небольшой отсек, расположенный в корпусе напорной камеры. После размещения всех форм в отсеках, корпус помещается в камеру, которая, в свою очередь, фиксируется (блокируется) соответствующими фиксаторами и зажимными винтами.

После нажатия кнопки START CYCLE («ЗАПУСТИТЬ ЦИКЛ») запускается процесс затвердевания материала под действием света и давления, и автоматически продолжается до момента окончания установленного времени (таймера), затем давление автоматически сбрасывается. После сброса давления камеру можно открывать и вытаскивать из нее готовые формы с образцами.



HD-ICC в открытом виде



ПКФ «САПФИР»
для контактов: тел.: (495) 739-4311, e-mail: LT@sapphire.ru
Третьяков Лев Игоревич
www.sapphire.ru

Литье платины

Продолжение. Начало в № 7, 2008

В последние годы постоянно растет интерес к литью ювелирных изделий и платины. Это один из самых распространенных методов литья в США, Европе и Азии.

Методы литья платины в ювелирной промышленности становятся более широко применимой и рентабельной технологией. На современном этапе развития ювелирного дела эта технология переходит в категорию доступной для каждого ювелирного предприятия и мелкосерийного производства. Этому способствует выпуск современного промышленного оборудования, выход ряда статей и рекомендаций о применении данного метода. В то же время недостаточно полное знакомство литейщиков с возможностями и особенностями названного нами метода литья препятствует либо вообще затрудняет его применение, несмотря на то что эффективность его очевидна.

В данной статье описывается процесс ювелирного литья платины, рассматриваются этапы изготовления ювелирных украшений методом литья по выплавляемым моделям, правильной организации процесса литья, а также изготовление мастер-моделей.

Литье — процесс производства отливок путем заполнения жидким металлом заранее приготовленных форм, в которых происходит затвердевание металла.

Литье платины — очень сложный технологический процесс, требующий от мастера-литейщика настойчивого и углубленного поиска технологических возможностей и навыков, отличных от обычного литья. Основная проблема связана с высокой температурой плавления платины. Казалась бы, очень просто — расплавить платину, залить в форму, и украшение готово! Но на самом деле очень сложно получить изделия хорошего качества без пор и дефектов. Нужно помнить, что качественные отливки можно получить, только используя современное оборудование и качественные вспомогательные материалы.

Основное отличие при литье платины — высокая температура плавления с быстрой потерей теплоты при заливке.

При этом необходимо:

1. использовать современные литейные установки с высоким вращающимся моментом (ускорением) центрифуги;
2. изготовить мастер-модели с плавными переходами от тонкого к толстому в сечении;
3. правильно расположить литниковые каналы, через которые металл непосредственно подается к отливке — литник должен остывать последним;
4. использовать плотные огнеупорные формомассы;
5. предварительно нагревать огнеупор до высоких температур;
6. использовать индукционные установки для плавки с регулировкой мощности нагрева, которые позволяют быстро достигнуть температуры литья металла.

Методы литья

Литью поддаются все металлы и сплавы. Но не все металлы обладают одинаковыми литейными свойствами, в частности жидко-

текучестью — способностью заполнять литейную форму любой конфигурации. Литейные свойства зависят главным образом от химического состава и структуры металла. Введение в состав сплава тех или иных компонентов позволяет в нужном направлении изменять механические (прочность, твердость, упругость, пластичность) и технологические (жидкотекучесть, усадка при литье, ковкость и др.) свойства, а также цвет сплава. Важное значение имеет температура плавления металла. Немаловажную роль при литье также играют методы заливки металла в форму.

Существует несколько способов заливки металла в формы:

- свободная заливка: металл заполняет форму свободно, под действием силы тяжести;
- заливка под давлением;
- заливка под действием центробежных сил;
- заливка вакуумным всасыванием;
- заливка вакуумным всасыванием и давлением.

При литье платины принудительное заполнение литейных форм проводится центробежным способом, при котором заливка расплавленного металла происходит под действием центробежных сил вращающейся печи (рис. 1). Качество литья при этом зависит от умения точно рассчитывать и управлять параметрами разгона и вращения центрифуги. Скорость вращения центрифуги влияет на время заполнения формы и на качество поверхности отливки, а разгон с изменением ускорения должен задавать непрерывность течения струи в режиме, близком к ламинарному режиму.

Еще точнее можно лить платину на центробежных индукционных машинах, в которых допускается возможность создания избыточного давления для подпрессовки расплава в момент окончания заполнения формы.

Принудительное заполнение литейных форм методом вакуумного всасывания, заключающееся в удалении (выкачивании) воздуха из литейной формы во время заливки, для платины не работает. Прокаленные опоки для платинового литья невозможно просасывать вакуумом, из-за высокой температуры прокали она превращается в керамику, а по пористости едва ли уступает камню.

Основы технологии литья платины

Процесс литья платины в выплавляемые восковые модели можно разделить на следующие производственные этапы:

- 1) разработка эскиза и проектирование ювелирного изделия;
- 2) изготовление мастер-модели;
- 3) подготовка резиновой пресс-формы;
- 4) изготовление восковых моделей;
- 5) крепление восковых моделей на «елочке»;
- 6) формовка опоки формовочной массой;



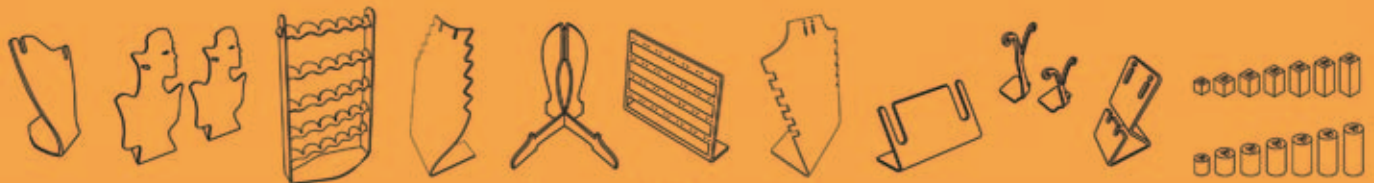
**СОВЕРШЕНСТВУ
ПОВЕРХНОСТИ**



**СОВЕРШЕНСТВО
ФОРМЫ**

Трёхмерное моделирование и прототипирование на самом современном оборудовании

НОВЫЙ СТИЛЬ



современный дизайн в оформлении витрин



197046, Санкт-Петербург, М. Посадская ул., 5
тел.: (812) 230 3048, ф.: 380 94 90
e-mail: paradox@paradox.spb.ru

109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34
тел./факс: (495) 781-43-43
e-mail: moscow@paradox.spb.ru

www.paradox.spb.ru



Предлагаем Вашему вниманию сборники докладов Симпозиумов 2002, 2003, 2005 гг. Сборники дают возможность получения актуальной информации от ведущих специалистов ювелирной отрасли. «Справочник по дефектам литья» и «Справочник литья по выплавляемым моделям» — переведенные издания Всемирного Золотого Совета. Эти книги являются необходимым техническим руководством и настольным пособием как для начинающих ювелиров, так и для профессионалов.

По вопросам приобретения книг обращаться по адресу:

• ООО «Международный Симпозиум ювелиров», 199406, г. Санкт-Петербург, ул. Шевченко, д. 21, корп. 1
тел./факс: +7 (812) 355-11-06

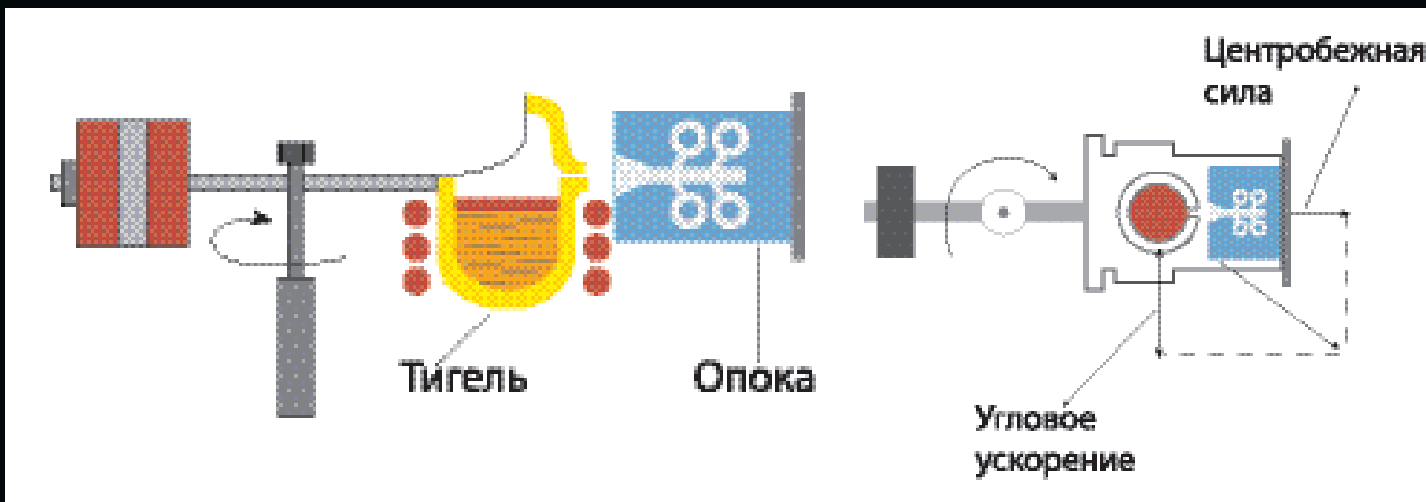


Рис. 1. Схема установки для центробежного литья

- 7) выплавление воска и прокалка опоки;
- 8) плавление сплава и заливка в форму под воздействием центробежной силы;
- 9) охлаждение формы вместе с содержимым погружением в воду;
- 10) удаление формовочной массы;
- 11) отделение отливок от «елочки»;
- 12) сборка, полировка отливок;
- 13) заключительная финишная обработка.

Каждый из этих этапов имеет свое значение для получения отливок хорошего качества. Рассмотрим некоторые из них в отдельности.

Разработка эскиза и проектирование ювелирного изделия

Проектируя ювелирное изделие, художники-дизайнеры руководствуются тем, что изделие должно не только украшать человека, но быть прочным и достаточно простым при изготовлении. Художник-дизайнер при эскизировании изделия должен учесть, что изделие должно отливаться из платины, имеющей высокую температуру плавления и быстро остывающей, поэтому для того, чтобы задуманное дизайнером изделие отливалось без брака, необходимо учесть все факторы, влияющие на отливку изделия. Эскизы ювелирных изделий должны быть выполнены в масштабе 1:1.

Поэтому очень важно, чтобы дизайнеры свои эскизы будущих изделий обсуждали с производственниками для учета технологических возможностей и при необходимости вносили изменения в конструкцию. Проектировщик-дизайнер должен сохранять тесную связь с участком литья, для того чтобы понять, какие факторы проектирования позволяют облегчить литье и избежать риска дефектного литья.

При проектировании ювелирного изделия художник-дизайнер должен:

- 1) разрабатывать художественные проекты ювелирных изделий в соответствии с их технико-экономическими требованиями;
- 2) изучать требования, предъявляемые заказчиками к проектируемым изделиям, а также технические возможности предприятия для их изготовления;

- 3) проводить сравнительный анализ аналогичной отечественной и зарубежной продукции, оценку их эстетического уровня;
- 4) участвовать в выполнении отдельных этапов исследовательских и экспериментальных работ в разработке художественно-конструкторских предложений, связанных с проектированием, и согласование их с заказчиком;
- 5) подготавливать данные для расчетов экономического обоснования предлагаемых изделий;
- 6) разрабатывать необходимую техническую документацию на проектируемое изделие (эскизы, чертежи, зарисовки, макеты, схемы и др.);
- 7) участвовать в подготовке проектов к защите и их защита.

Изготовление мастер-модели

Модельер изготавливает модели из модельного воска по эскизам дизайнера. Основная задача модельера — вырезать из воскового блока модель, готовую для литья. Воск хорошо режется, не оказывает сопротивления металлическому инструменту и не затупляет режущие кромок. Модельер, работающий с воском, должен хорошо понимать и учитывать все технологические процедуры, которые шаг за шагом превращают воск в оригинальное изделие, а затем передать его литейщику.

Воск, используемый при моделировании, должен быть достаточно прочным, для того чтобы тонкие части модели без разрушения выдерживали все прилагаемые к ним усилия (при резке, гравировке, обработке бормашинной, абразивной обработке и т. п.).

Восковка — это только первый шаг в создании мастер-модели. Следующим шагом при изготовлении модели является получение отливки из восковой модели. После отливки из металла ее обрабатывают вручную.

Изготовление мастер-модели из металла

Металл, из которого изготавливают мастер-модель, может быть различным: латунь, золото, серебро или любой другой

твердый металл с температурой плавления более 400°C. Для изготовления мастер-моделей очень часто используется серебро 875—925 проб, а также сплав никеля, состоящий из 50% никеля, 30% меди и 20% цинка. Кроме того, модель должна хорошо полироваться и иметь большое сопротивление на износ. Отлитую модель обычно обрабатывают вручную, с учетом усадки резины, воска и металла.

К мастер-модели предъявляются следующие требования:

- 1) материал для изготовления модели не должен менять свои свойства, разрушаться в процессе вулканизации резиновых пресс-форм, химически взаимодействовать с резиной;
- 2) параметр шероховатости поверхности эталона должен быть не ниже требуемого для получаемых по нему отливок;
- 3) на поверхности модели не должно быть раковин, царапин, вмятин;
- 4) Размеры эталона должны превышать размеры готовой модели (на 5—6%) с учетом общей усадки металла при затвердении отливок и припуска на механическую обработку.

Модельер должен быть не только художником, разбирающимся в требованиях моды и рынка, но и знать физические процессы, происходящие при литье.

Основными процессами и факторами являются:

- уменьшение размеров модели в резиновых пресс-формах, затем в воске и при литье;
- осложнения, которые появляются во время застывания отлитого металла;
- расположение литевых каналов, обеспечивающих обработку изделия, создающих возможность удовлетворительной подачи металла; возможность проведения финишной обработки.

Большое значение при изготовлении мастер-модели имеет качество модели. Необходимо соблюдать строгий контроль и учет всех факторов усадки:

- усадка металла;
- усадка литейной формы;
- усадка инъекционного воска.

Мастер-модель должна быть толще (обычно на 5—6%), чем готовое ювелирное изделие, которое мы должны получить. Надо учесть усадку резины до 2—3% и платины — 0,8%. Необходимо учесть также опилку и полировку. Нельзя допускать ошибки и неточности при изготовлении мастер-модели, так как все дублированные изделия будут повторять эти ошибки и неточности.

Мастер-модели из серебра должны быть покрыты родием, для того чтобы придать поверхности модели твердость, а также избежать реакции серы, выделяемой из резиновой формы и модели во время вулканизации.

От компьютерного 3D-моделирования до мастер-модели

В последнее время в ювелирной промышленности успешно применяются компьютерное проектирование. С помощью различных программ сканированное изделие обрабатывают на компьютере, затем, задав размеры, отправляют его на управляемый компьютерный станок, который, в свою очередь, изготовит заданное изделие из пластика. В настоящее время трудно представить проектирование

ювелирных украшений без использования 3D-технологий. Они становятся таким же привычным инструментом мастера, как и многое другое, что помогает мастеру раскрыть и воплотить свой замысел быстро, точно и качественно.

Основной особенностью технологии быстрого прототипирования является то, что проектируемая модель создается на компьютере в любом из пакетов 3D-графики, а затем передается на моделирующее устройство, которое воплощает ее в материале.

Материалом для изготовления модели может быть воск, пластик, металл — в зависимости от моделирующего устройства.

Используя компьютерную 3D-технологию, художник может спроектировать будущую модель на экране компьютера, внести необходимые коррективы, оценить ее внешний вид в разных ракурсах с применением различных материалов без реального изготовления изделия. Такая процедура создания модели намного облегчает работу модельера, кроме того, позволяет быстро и качественно изготовить сложные модели.

Сегодня успех на ювелирном рынке зависит от быстрого и качественного воплощения идеи в готовые изделия. Так, изготовление модели вручную может занять несколько недель или даже месяцев, а модель методом быстрого прототипирования можно получить за несколько дней, часов или минут — в зависимости от ее сложности.

Для проектирования ювелирных изделий используются следующие компьютерные программы:

- 1) Rhino 4.0 (США);
- 2) Flamingo (США);
- 3) 3DesignJewel (Франция);
- 4) JewelCad (Гонконг);
- 5) Magics (Бельгия).

Технология создания моделей

Принтер трехмерного моделирования (рис. 3) InVision™ HR — доступный, надежный, простой в использовании принтер трехмерного моделирования с высоким разрешением (HR) специально раз-

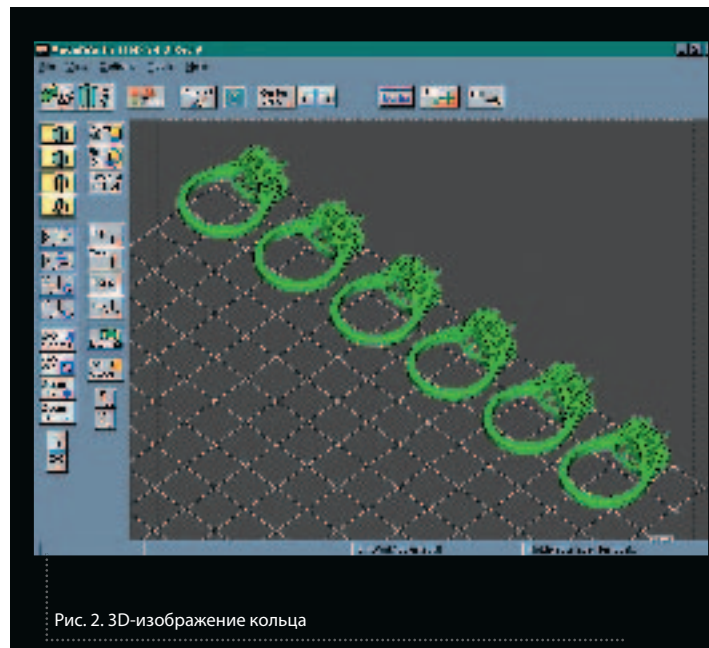


Рис. 2. 3D-изображение кольца

работан для быстрого изготовления моделей высочайшей точности для ювелирных производств.

Принцип работы (создания моделей) заключается в послойном многоструйном выращивании модели (MultiJet Modeling). Надвигающуюся платформу послойно наносится жидкий фотополимер VisiJet® HR M100 через впрыскивающие головки, неподвижно расположенные в верхней части рабочей камеры. Каждый слой выравнивается и уплотняется горячим валиком до толщины 25 микрон, а затем полимеризуется (отверждается) вспылками ультрафиолетовой лампы.

Материал модели акриловый фотополимер VisiJet® HR M100 синего цвета, который позволяет точно оценить качество поверхности модели. Температура плавления материала 90°C. Поддерживающий материал — воск белого цвета.

Высокое разрешение 656×656×800 точек на дюйм позволяет создавать модели абсолютно любой геометрии. Оборудование обеспечивает полную идентичность построения моделей: печатаете ли вы две или сто моделей, они все будут совершенно одинаковыми.

Литниковая система

После изготовления мастер-модели к ней припаявают литниковый стержень диаметром 2,5–3,5 мм (рис. 1). Концы стержней делают в форме конуса по размеру, подходящему к соплу инжектора.

Если мастер-модель общая как для 750 пробы золота, так и для стандартной платины, то вес отливки платинового сплава будет примерно на 30% больше, чем золота.

По весу сплав платины от 19,5 до 20,5 раз тяжелее, чем воск, в зависимости от сплава.

При литье золота 750 пробы обычно допускается 3% явное сжатие по сравнению с мастер-моделью для относительного расширения/сжатия огнеупора и золотого сплава. Платина не требует такого допуска из-за устойчивости специального огнеупора.

При литье платины большое значение имеет конструкция и место присоединения литника (литникового канала). Литники должны быть короткими, насколько это возможно. Обычно их делают не

длиннее 20 мм, а литниковый стержень — диаметром 2,5–3,5 мм. Минимальное поперечное сечение литника должно быть не менее самого большого сечения отливки. Литник, через который металл непосредственно подается к отливке, должен остывать последним, чтобы дать возможность компенсировать усадку металла.

Литник не должен иметь острых углов или поворотов. Расплав должен заливаться в формы (в модельные полости) без турбулентности, чтобы избежать проникновения газов, которые могли бы привести к пористости в отливках. Резкие углы и изгибы в литниковой системе могут привести также к облому кусков формовой массы и заносу их расплавом в модельную полость, что приведет к браку.

Практически доказано, что, как бы мы хорошо ни отливали, качество отливки зависит от литникового канала и системы. Более 90% проблем, возникающих в процессе литья, связаны с литниковой системой и/или литниковым каналом.

При изготовлении мастер-модели, а также при креплении литника к мастер-модели надо учитывать, что движение металла в форме отдельными потоками навстречу друг другу может служить причиной спаев на поверхности отливки, а также неравномерного распределения температуры, особенно при литье платины.

Стрелками показано движения жидкого металла в отливке.

Места соединения литника и модели должны иметь гладкие швы, чтобы избежать турбулентности потока металла.

Многие проблемы, возникающие при литье платины, происходят из-за неполного наполнения или усадки и связаны в основном с неправильной подачей металла. Поэтому правильное проектирование литниковой системы к моделям важно для получения хороших отливок.

При креплении литникового стержня к модели необходимы следующие требования:

- 1) легкое заполнение полости форм;
- 2) оптимальные по толщине и равномерные по сечению стенки отливок;
- 3) следует избегать Т-образного (таврового) сопряжения при креплении литникового стержня (рис. 6);



Рис. 3. Принтер трехмерного моделирования



Рис. 4. Модели из воска

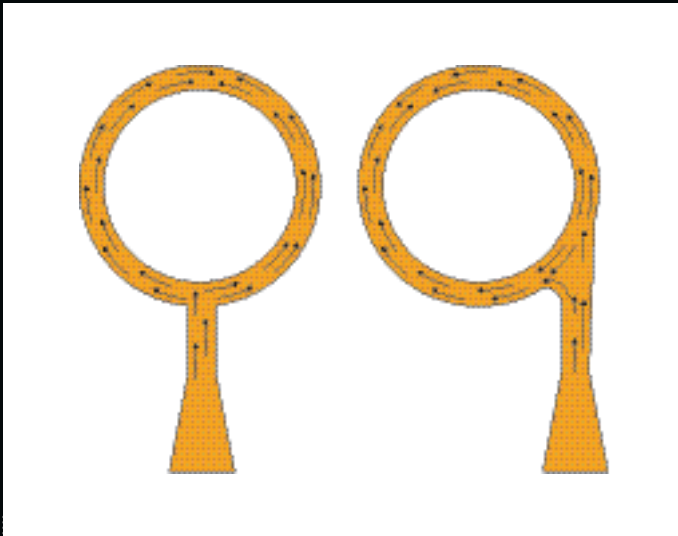


Рис. 5. Различные присоединения литника

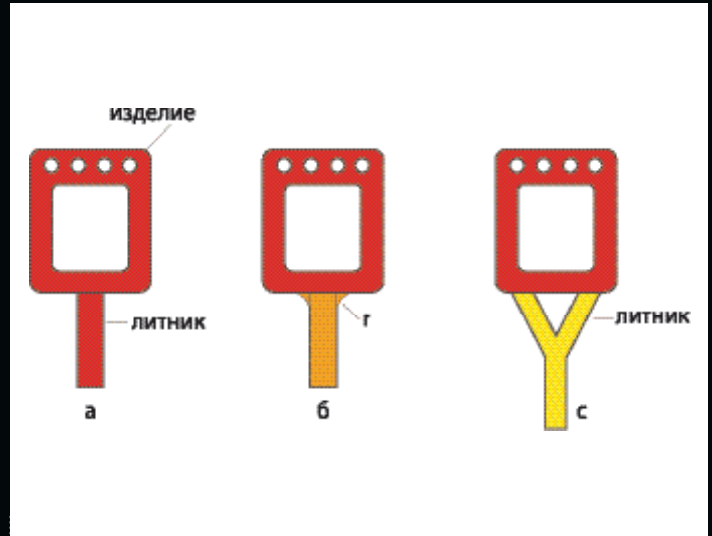


Рис. 6. Крепления литника к модели

При креплении литника к мастер-модели нежелательно оставлять в местах крепления острые углы, литник необходимо утолщать небольшой кривизной с радиусом кривизны r , как показано на рисунке 6, Б.

Можно подвести литник к кольцу по касательной или к нескольким точкам на краю кольца (рис. 5).

Литники должны присоединяться к толстым сечениям модели (рис. 7).

При литье платины большое значение имеет форма литника, благодаря чему будет обеспечено плавное попадание расплавленного металла в оболочку формы. При выборе литника предпочтение отдается варианту цилиндрической формы, обеспечивающему спокойное заполнение формы. Сплюснутый (плоский) литник считается нецелесообразным для литья, так как такой литник может остыть раньше, чем отливка, а это может привести к порам (рис. 8).

Основное правило: диаметр литника должен быть близким или равным сечению питаемой модели.

Основные правила при изготовлении литника к модели:

1. литник должен иметь круглое сечение для уменьшения до минимума площади поверхности и, следовательно, скорости охлаждения;
2. литник должен остывать после завершения отливки;
3. следует избегать сужений литников, они создают препятствия жидкому металлу и значительно ухудшают их характеристики;
4. литники, насколько возможно, должны крепиться вточки, которые минимально влияют на отделку.

Рисунки взяты на сайте www.ruta.ru

Ибрагим Халилович Халилов, доктор физико-математических наук, профессор

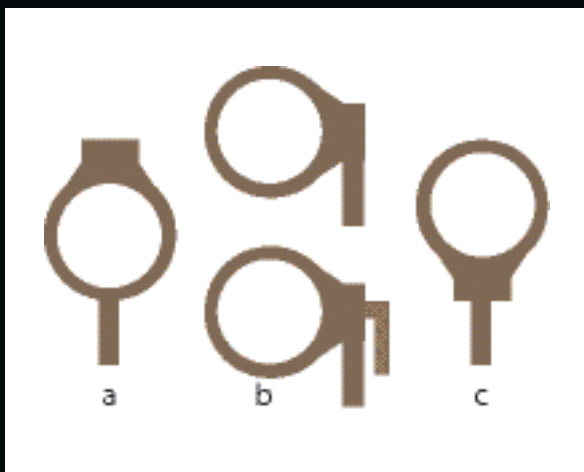


Рис. 7. Различные варианты присоединения литника к модели: неправильное (а) и правильное (б, в) соединение литников

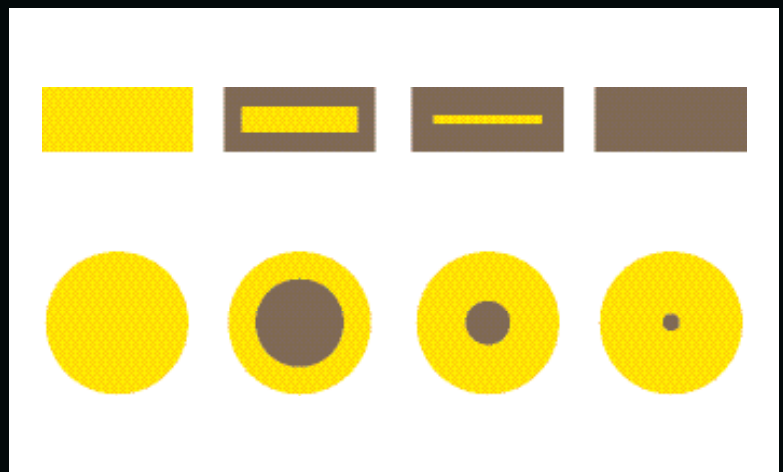


Рис. 8. Сечения литников и процесс затвердевания металла в цилиндрических и сплюснутых (прямоугольных в сечении) литниках. Светлый цвет — еще не затвердевший расплав, темный — затвердевший металл

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В ЭЛИТНЫЙ КЛУБ

VI ВСЕРОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА
ПИТЕР-ЮВЕЛИР

28 января по 1 февраля 2009г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
«МАНЕЖ» на Исаакиевской



Администрация
Санкт-Петербурга



Гильдия
ювелиров России



Ассамблея ювелиров
Санкт-Петербурга

реклама

(812) 337-15-79, 337-16-31, 337-14-21
p-jeweller@mail.ru, www.p-jeweller.ru

Орденоносцы

Почетный знак «Орден Алексея Козьмича Денисова-Уральского» учрежден в феврале 2008 года в Санкт-Петербурге в ознаменование заслуг выдающегося русского художника, камнереза, геммолога, предпринимателя и общественного деятеля А. К. Денисова-Уральского (1864–1926), одного из учредителей в 1912 году Общества «Русские самоцветы» в Санкт-Петербурге.



Идея ордена принадлежит В. В. Скурлову.

Эскиз знака ордена разработал Б. Н. Харитонов, Заслуженный художник РФ, кавалер ордена Карла Фаберже (Екатеринбург). В эскизе ордена использован герб монаршего рода Романовых «Романовский грифон», который свидетельствует о том, что ювелир-камнерез А. К. Денисов-Уральский долгие годы поставлял высокохудожественные камнерезные и ювелирные изделия Высочайшему двору. Грифон держит щит с гербом Санкт-Петербурга. В Петербурге—Петрограде А. К. Денисов-Уральский прожил около 30 лет, в 1902–1918 годах имел фирму и магазин. В подножии грифона кристаллы драгоценных камней. Орден исполнен из серебра с позолотой, с использованием эмали и накладных лопастей из нефрита на ювелирном заводе «Альфа» (Санкт-Петербург). Допускается исполнение вариантов ордена из золота с использованием драгоценных и полудрагоценных камней, а также яшмы, ляпис-лазури и кахолонга. Орден носят на шее на ленточке аметистового цвета, он хранится в деревянном футляре.

Орденом награждаются российские и иностранные граждане за выдающиеся заслуги в сохранении и развитии лучших традиций русского камнерезного искусства, научные исследования, литературную деятельность по пропаганде творчества российских камнерезов и ювелиров.

В соответствии с статусом ордена награждаемому присваивается почетное звание «Заслуженный деятель камнерезного искусства».

Вместе с орденом вручается «Удостоверение о вручении ордена» (грамота) о награждении, подписанное членами Наградной комиссии. В «Удостоверении» обосновываются заслуги награждаемого.

Первые 10 кавалеров ордена выбираются членами Наградной комиссии. В дальнейшем представление к награждению получают кавалеры ордена А. К. Денисова-Уральского.

Члены Наградной комиссии:

председатель — Фаберже Татьяна Федоровна (Швейцария), правнучка великого русского ювелира Карла Фаберже, Почетный председатель Мемориального фонда Карла Фаберже, член группы наследников Фаберже в составе фирмы «Фаберже Лимитед» (Лондон), кавалер ордена Карла Фаберже;

заместитель председателя — Скурлов Валентин Васильевич (Санкт-Петербург), эксперт по оценке художественных ценностей Министерства культуры и массовых коммуникаций РФ, консультант — исследователь по Фаберже Русского отдела Аукционного дома Кристи, полный кавалер ордена Карла Фаберже;

член комиссии — Пилюшин Владимир Витальевич (Санкт-Петербург), главный редактор журнала и генеральный директор ООО «Русский Ювелир», главный редактор журнала «Антикварное Обозрение», кавалер ордена Карла Фаберже;

член комиссии — Салмин Леонид Юрьевич (Екатеринбург), профессор кафедры дизайна Академии архитектуры, главный редактор журнала и генеральный директор журнала «Графо-PLATINUM».



1	2	3
4	5	

1. Надежда Николаевна СУХАЧЕВА
 2. Алексей Николаевич АНТОНОВ
Анатолий Иванович ЖУКОВ
 3. Светлана Валентиновна СЕМЕНОВА
 4. Надежда Петровна ПАХОМОВА
 5. Борис Николаевич ХАРИТОНОВ
- Награждение провел Валентин Васильевич Скурлов

Награждение орденом Денисова-Уральского

14 ноября в Екатеринбурге, в стенах замечательного особняка, памятника архитектуры города, бывшей Горной аптеки, а теперь единственного в России Музея истории ювелирного и камнерезного искусства состоялась торжественная процедура награждения орденом А. К. Денисова-Уральского. Мероприятие проходило в рамках подведения итогов IX Ежегодного конкурса ювелирных изделий и проектов имени А. К. Денисова-Уральского. Присутствовали более ста человек, журналисты и телевидение, представители администрации Свердловской области. Перед началом церемонии силами учащихся консерватории был дан маленький концерт.

Награды вручал заместитель председателя Комиссии по награждению, полный кавалер ордена Карла Фаберже Валентин Васильевич Скурлов. Ему помогал член Комиссии, главный редактор журнала «Графо-ПЛАТИНУМ», профессор Леонид Юрьевич Салмин.

В. В. Скурлов передал награжденным искренние поздравления от председателя Комиссии Татьяны Фаберже, затем кратко рассказал биографию прославленного уральского художника А. К. Денисова-Уральского, объяснил геральдику ордена, напомнил, что более 30 лет А. К. Денисов-Уральский жил и работал в Санкт-Петербурге (Петрограде), где успешно конкурировал с Фаберже, поэтому в ордене присутствует герб Санкт-Петербурга, а Романовский грифон опирается на кристаллы уральских камней. Грифон (фамильный герб царской династии Романовых) присутствует на гербе Свердловской области, кроме того, он напоминает, что А. К. Денисов-Уральский много лет поставлял свои изделия императорскому двору.

Орденские знаки за № 1, № 2 и № 3 на ленте аметистового цвета, в футлярах и удостоверения с одинаковой формулировкой «За выдающийся вклад в развитие камнерезного искусства России, сохранение и творческое развитие традиций А. К. Денисова-Уральского» получили соответственно:

ЖУКОВ Анатолий Иванович (1955 г.р.), мастер-камнерез, член Союза художников;

АНТОНОВ Алексей Николаевич (1973 г.р.), мастер-камнерез, член Союза художников;

ХАРИТОНОВ Борис Николаевич (1938 г.р.), мастер-ювелир, Заслуженный художник РФ, кавалер ордена Карла Фаберже (2000).

Орденский знак № 4 с формулировкой «За выдающийся вклад в изучение искусства и жизнедеятельности А. К. Денисова-Уральского и неустанную пропаганду его творчества» получила СЕМЕНОВА Светлана Валентиновна (1933 г.р.), член Союза журналистов, автор двух монографий о творчестве А. К. Денисова-Уральского (первая книга вышла в 1978 году, вторая — в 2007-м).

Знак № 5 «За выдающиеся заслуги по воспитанию молодых уральских художников-камнерезов в духе и традициях творчества А. К. Денисова-Уральского» получила мастер художественно-профессионального училища «Рифей», заслуженный работник профессионально-технического образования СУХАЧЕВА Надежда Николаевна.

Знаком № 6 «За выдающиеся заслуги в пропаганде творчества А. К. Денисова-Уральского и многолетние усилия по созданию Екатеринбургского музея ювелирного и камнерезного искусства» награждена бессменный директор этого музея ПАХОМОВА Надежда Петровна (1944 г.р.), заслуженный работник культуры РФ (1993).

В соответствии со статусом ордена А. К. Денисова-Уральского всем кавалерам присваивается звание «Заслуженный деятель камнерезного искусства».

Награжденные благодарили председателя Комиссии по награждению, почетного председателя Мемориального фонда Карла Фаберже Татьяну Федоровну Фаберже за высокую оценку их скромного труда и заверили присутствующих в том, что с энтузиазмом приложат новые усилия по развитию камнерезного и ювелирного искусства России, которому посвятил свою жизнь легендарный художник-камнерез, живописец и общественный деятель Алексей Козьмич Денисов-Уральский.

DANIALIS

средство по уходу за драгоценностями

реклама

«DANIALIS», 199034, Санкт-Петербург,
В.О. 16-я линия, д.7, оф. 59
Тел./факс: (812) 328 05 51/61, 327 75 65/66

Дилеры:
Москва:
ООО «КЛИО»
119991, Москва, Ленинский пр., д. 6
Тел./факс: (495) 237-3996, 237-4842, 237-6766

Санкт-Петербург:
ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»
Санкт-Петербург, ул. Цветочная, д. 25, офис 508
Тел./факс: (812) 718 76 02, 336 39 48

Республика Беларусь:
ОДО «Промэлектрооптторг»
+375 163 47 10 20
+375 163 47 15 45

реклама

АНТИКВАРНАЯ КНИЖНАЯ ЯРМАРКА

Антикварная Книжная Ярмарка

26 - 30 ноября 2008

Центральный Дом Художника

Организатор:

Компания "ЭКСПО-ПАРК Выставочные проекты"

119049, Москва, Крымский вал 10, офис 165

тел./факс (495)657 9922, (499)238 4500

e-mail: mailbox@expopark.ru

www.expopark.ru

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK

Зарубежные ювелирные выставки

1 полугодие 2009 года



Дата	Название выставки	Место проведения	Web-адрес
08–11 января	Macau Jewellery & Watch Fair 2009	Гонконг	http://www.jewellerynetasia.com
11–18 января	First & T-Gold	Виченца, Италия	http://www.vicenzafiera.it
16–19 января	Macef Milano	Милан, Италия	http://www.macef.com
31 января — 2 февраля	Jewelers International Showcase (JIS)	Майами-Бич, США	http://www.jisshow.com
21–24 января	20th Intl Jewellery Tokyo, 2009	Токио, Япония	http://www.ijjt.jp
30 января — 02 февраля	Eclat De Mode / Bijorhca	Париж, Франция	http://www.bijorhca.com
30 января — 10 февраля	J.O.G.S Gem & Jewelry Show, Tucson	Тусон, США	http://www.jogsshow.com
11–13 января	PRINTOR Fair	Лион, Франция	http://www.printor.fr
1–5 февраля	Spring Fair Birmingham 2009	Бирмингем, Великобритания	http://www.springfair.com
4–9 февраля	AGTA GemFair Tucson	Тусон, США	http://www.agta.org
12–15 февраля	Tucson Gem and Mineral Show	Тусон, США	http://www.tgms.org
20–23 февраля	Inhorgenta Europe 2009	Мюнхен, Германия	http://www.inhorgenta.com
25 февраля — 1 марта	Bangkok Gems & Jewelry Fair	Бангкок, Таиланд	www.bangkokgemsfair.com
2–7 февраля	Ajwex 2009	Аль-Аин, ОАЭ	http://www.baderuae.com
4–8 марта	Hong Kong International Jewellery Show 2009	Гонконг, Китай	http://www.hkjewellery.com
4–7 марта	Asia's Fashion Jewellery & Accessories Fair	Гонконг, Китай	http://www.JewelleryNetAsia.com
5–8 марта	4th International Baltic Jewelry Show «AMBER TRIP 2009»	Вильнюс, Литва	http://www.ambertrip.com
11–14 марта	AMBERIF 2009	Гданьск, Польша	http://www.amberif.pl
15–16 марта	JAA Australian Jewellery Fair	Золотой Берег, Австралия	http://www.australianjewelleryfair.com.au
18–22 марта	Istanbul Jewelry Show I	Стамбул, Турция	http://www.rotafort.com.tr
21–24 марта	Oroarezzo	Ареццо, Италия	http://www.oroarezzo.it
26 марта — 02 апреля	Baselworld 2009 — World Watch & Jewellery Show	Базель, Швейцария	http://www.baselworld.com
18–20 апреля	Jewelers International Showcase (JIS)	Майами, США	http://www.jisshow.com
13–16 мая	Jewelry Shanghai 2009	Шанхай, Китай	http://www.newwayfairs.com
14–16 мая	11th Intl Jewellery Kobe	Кобе, Япония	http://web.reedexpo.co.jp/ijk
16–20 мая	CHARM	Виченца, Италия	http://www.vicenzafiera.it
26–29 мая	Luxury by JCK 2009	Лас-Вегас, США	http://www.jckgroup.com
30 мая — 2 июня	JCK Show Las Vegas	Лас-Вегас, США	http://www.jckgroup.com

* На выставки, выделенные зеленым цветом, мы собираем группы.

Информацию о выставках и поездках Вам предоставят
по телефонам: (495) 234-39-67, 234-15-99
www.odisseyaco.ru



Компания «Одиссея» приглашает специалистов ювелирной отрасли посетить одну из крупнейших международных ювелирных выставок Европы

INHORGENTA EUROPE

Выставка состоится в период с 20 по 23 февраля 2009 г.

Мы рады предложить Вам посещение этой выставки в группе и индивидуально.

Программа групповой поездки

19–24 февраля 2009 г.

В программе:

1. Посещение выставки Inhorgenta Europe
2. Членство Inhorgenta Europe GoldCard
3. Поездка в г. Пфорцхайм – ювелирную столицу Германии
4. Посещение музеев Пфорцхайма: Schmuckmuseum (Ювелирный музей), Technisches Museum (Технический музей), Schutt Museum (выставка драгоценных камней вдовы Шуетт)

Услуги по программе:

- Авиаперелет Москва – Мюнхен – Москва
- Трансфер аэропорт – отель – аэропорт
- проживание в отеле 4* в Мюнхене
- Проживание в отеле 3* в Пфорцхайме
- Обзорная экскурсия по Мюнхену
- Посещение музеев Пфорцхайма
- Членство Inhorgenta Europe GoldCard
- Приветственный обед
- Консульский сбор
- Медицинская страховка

Inhorgenta Europe 2009

Название: Inhorgenta Europe 2009

Даты проведения: 20–23 февраля

Часы работы: 20–22 февраля, 09:00–18:00

Последний день: 23 февраля, 09:00–17:00

Место проведения: New Munich Trade Fair Centre

Выставочная площадь: 64 500 м²

Число экспонентов: 1873

Число посетителей: 75 400

Представлены товары:

- наручные и настенные часы;
- антикварные и дизайнерские ювелирные изделия;
- драгоценные камни;
- жемчуг;
- упаковка;
- оборудование для часовых и ювелирных мастерских;
- техническое оборудование;
- компьютеры, программное обеспечение.

На выставке представлены оригинальные дизайнерские работы.

Программу Вы можете найти на нашем сайте WWW.ODISSEYACO.RU

Компания «Одиссея» является туроператором.

Федеральный реестровый номер туроператора МВТ 002708.

Дополнительную информацию об этой и других программах Вам предоставят по телефонам: (495) 234-15-99, 234-39-67



FIERA DI VICENZA 2009

BUSINESS MEETS LUXURY

GOLD / JEWELRY / SILVERWARE / WATCHES / GEMSTONES

First.

T-GOLD

january
11-18

about

1
THE ULTIMATE
JEWELLERY EVENT

february
22-24,
Milan

Charm

GLAMROM

may
16-20

Choice

GLAMROM

september
12-16



FIERA DI VICENZA

International exhibition of gold,
jewelry, silverware, watches
and gemstones

T-GOLD:

International exhibition of machines
and equipment for gold jewelry
and precious metals.
Gemmological instruments.

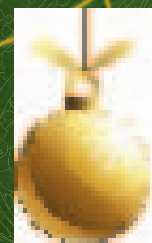
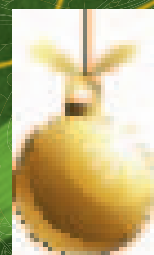
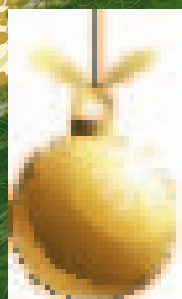
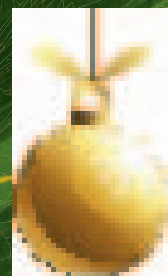
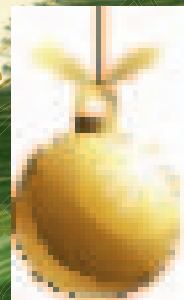
www.vicenzaoro.org



Banca
Popolare di Vicenza
Sponsor Ufficiale Fiera di Vicenza

С Днем рождения!

4 января	Лысенко Ольга Николаевна, генеральный директор ООО «Амбертрин»
9 января	Мищенко Олег Николаевич, генеральный директор ООО ТК «Баск-Крин»
10 января	Котова Светлана Александровна, коммерческий директор ООО «ЮТВ»
11 января	Заварзин Юрий Владимирович, генеральный директор ООО ПФ «Бриолет»
11 января	Третьяков Лев Игоревич, руководитель коммерческого отдела компании «Сапфир»
14 января	Войтович Галина Вячеславовна, генеральный директор СК «БЕЛОКАМЕННАЯ»
15 января	Шадрин Сергей Васильевич, генеральный директор ООО «Золотая Орхидея»
26 января	Васильева Лариса Николаевна, коммерческий директор ООО «Арина»
26 января	Авакян Грач Саркисович, генеральный директор ООО ТД «Адамант»
28 января	Усова Ольга Николаева, инспектор рекламного отдела ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада»
29 января	Кац Михаил Анатольевич, генеральный директор ЗАО «ЮД «Садко»
30 января	Киселева Елена Валентиновна, руководитель отдела продаж ООО «Парадокс»
30 января	Помельников Алексей Леонидович, генеральный директор ООО «Помельников А.»
31 января	Матросов Виктор Николаевич, генеральный директор ООО «Арина»



Ника



Номинация «Лучшие ювелирные часы России»

Товар года 2008

Телефон горячей линии: +7 800 505 6452 (звонок по России бесплатный) www.nikawatches.ru